Міністерство освіти і науки України
Одеська обласна рада
Одеська обласна універсальна наукова бібліотека
імені М. Грушевського
Одеський національний політехнічний університет

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРІЇ ТА ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ
III Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців

Одеса, 23-24 березня 2017 р.

2017

УДК 002.2.001.76(063)
ББК 78.01я43
А 43

Редакційна колегія:

Спрінсян В. Г. – заслужений працівник освіти України, канд. мистецтвознавства, зав. кафедри документознавства та інформаційної діяльності гуманітарного факультету ОНПУ, голова Асоціації документознавців України (*голова редколегії*)

Сухотеріна Л. І. – професор, доктор історичних наук, зав. кафедри політології гуманітарного факультету ОНПУ

Гончарук Г. І. – доктор історичних наук, професор, зав. кафедри історії та етнографії України ОНПУ

Жарких В. Ю. – доктор філос. наук, професор, зав. каф. філософії та методології науки ОНПУ

Шевченко О. В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності ОНПУ

Кубко В. П. – к. філос. н., доцент кафедри ДІД ОНПУ

Лугова Т. А. – к. мист., доцент кафедри ДІД ОНПУ

Якубовська М. Г. – к. філол. н., доцент кафедри ДІД ОНПУ

А 43 **Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації**: зб. Матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 23-24 березня 2017 р. / під заг.ред.: В.Г. Спрінсяна. – Дніпропетровськ: Середняк Т. К., 2017. – 540 с.

ISBN 978-617-7479-23-8

Збірник містить матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених, присвяченої проблемам документознавства, інформаційної діяльності, соціальної комунікації, інформаційного забезпечення освітніх процесів, інформаційного менеджменту в організаціях і прикладних аспектів застосування інформаційних технологій. Статті та тези доповідей охоплюють також проблеми сучасної міжкультурної та міжособистісної комунікації. Конференція була проведена Одеським національним політехнічним університетом 23-24 березня 2017.

Збірник розраховано на наукових працівників, спеціалістів інформаційної сфери, викладачів, аспірантів і студентів.

Друкується за рішенням Вченої ради гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції.

Відповідальність за зміст статей покладається на авторів.

ISBN 978-617-7479-23-8

Министерство образования и науки Украины
Одесский областной совет
Одесская областная универсальная научная библиотека имени М. Грушевского
Одесский национальный политехнический университет

«Актуальные вопросы документоведения и информационной деятельности: теории и инновации»

МАТЕРИАЛЫ
III Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

Одесса, 23-24 марта 2017 г.

2017

The Ministry of Education and Science of Ukraine
Odessa Regional Council
Odessa M. Hrushevsky Regional Universal Scientific Library
Odessa National Polytechnic University

Topical issues of records management and information activities: theories and innovations

Collection of Papers
of the IIIrd International Scientific and Practical Conference of students, postgraduates and junior researchers

Odessa, March, 23-24, 2017

2017

УДК 002.2.001.76(063)
ББК 78.01я43

А 43 Актуальные вопросы документоведения и информационной деятельности: теории и инновации: сб. Материалов II Междунар. научно-практической конф., Одесса, 23-24 марта 2017 / под общ.ред .: В. Г. Спринсяна. – Днепропетровск: Середняк Т. К., 2017. – 540 с.

ISBN 978-617-7479-23-8

Сборник включает материалы III Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященной проблемам документоведения, информационной деятельности, социальной коммуникации, информационного обеспечения образовательных процессов, информационного менеджмента в организациях и прикладных аспектов применения информационных технологий. Статьи и тезисы докладов охватывают также проблемы современной межкультурной и межличностной коммуникации. Конференция была проведена Одесским национальным политехническим университетом 23-24 марта 2017.

Сборник рассчитан на научных сотрудников, специалистов информационной сферы, преподавателей, аспирантов и студентов.

Печатается по решению Ученого совета гуманитарного факультета Одесского национального политехнического университета

Материалы конференции публикуются в авторской редакции.
Ответственность за содержание статей возлагается на авторов.

UDC 002.2.001.76(063)

A 43 Topical issues of records management and information activities: theories and innovations: Collection of papers , II-nd International Scientific and Practical Conference, Odesa, 23-24 March 2017 / edited by V.G.Sprinsyan, – Dnipropetrovsk: T.K.Serednyak, 2017. – 540 pp.

ISBN 978-617-7479-23-8

The collection comprises articles of the III-rd International Scientific and Practical Conference of students, postgraduates and young scientists on problems of records management, information activities, social communication, information support of educational process, information management in organizations and applied aspects of information technologies application. The articles and abstracts also cover the problems of intercultural and interpersonal communication. The conference was held at Odessa National Polytechnic University on 23-24 March 2017.

The collection is intended for researchers, information specialists, teachers, postgraduate students and students.

Printed by the decision of the Academic Council of the Faculty of Humanities, Odessa National Polytechnic University.

The conference papers are published in author's edition.
The contents of the articles rest entirely with the authors.

ЗМІСТ

ІСТОРІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мирослава Щиглинська
СЕКЦІЯ З ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ІФЛА
ЯК ПРОВІДНИЙ ЦЕНТР МІЖНАРОДНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 14

Вікторія Маслєнкова, Наталя Масі
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ВДОСКОНАЛЕННЯ
ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАКОНОДАВСТВА
ПРОТЯГОМ 2006 – 2016 Р.Р. 21

Тетяна Лугова, Вадим Черниш
ВІЙСЬКОВО-МЕДИЧНА ДОКУМЕНТАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА
ГАЛУЗЕВОГО ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА 27

Олеся Терлецька
ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА, АРХІВНА СПРАВА:
СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА ДОПОМОГУ
РЕФОРМАМ В УКРАЇНІ 36

Марія Гордієнко
ВНЕСОК ПРОВІДНИХ УКРАЇНСЬКИХ
БІБЛІОГРАФОЗНАВЦІВ У РОЗВИТОК
БІБЛІОГРАФІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 41

Олена Татакі, Анастасія Тяпкова
ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ
ПІДПРИЄМСТВА МИТНОЇ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ 45

Віолетта Лавренюк, Вадим Дума,
Віталій Лозінський, Олександр Тищенко
СУЧАСНЕ ТЕРМІНОЗНАВСТВО ЯК СИНТЕТИЧНА
МІЖГАЛУЗЕВА ДИСЦИПЛІНА 51

Ірина Бєляєва
СТАН ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРОЦЕСУ ДОКУМЕНТУВАННЯ В УКРАЇНІ 57

Кали Кейта, Виктор Хорольский
ЗАКОНЫ О СМИ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ
В РЕСПУБЛИКЕ МАЛИ 63

Олена Татакі, Ганна Сіренко
ДОКУМЕНТНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА 65

Тетяна Лугова, Наталя Корольчук
СКЛАД ТА ОСОБЛИВОСТІ ВІЙСЬКОВОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ГАЛУЗЕВОГО ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА 70

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНІХ ПРОЦЕСІВ

Андрей Третьяков
ВКЛАД И. И. КОМАРОВОЙ В ТЕОРИЮ И ПРАКТИКУ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ 74

Тетяна Коляда-Березовська, Альона Удовицька
КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОД НАВЧАННЯ ФАХОВІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ 80

Наталія Якименко
ПОЄДНАННЯ ДИДАКТИЧНОГО РЕСУРСУ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ І ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ФАХОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ 87

Андрей Третьяков
ОРГАНИЗАЦИЯ БИОБИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ УКАЗАТЕЛЕЙ И БАЗ ДАННЫХ УЧЁНЫХ-ПЕДАГОГОВ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ 92

Екатерина Егорова
ТЕХНОЛОГИЯ КРАУДСОРСИНГА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ВУЗА 99

Хаёт Исмойилов
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УРОКАХ ХИМИИ 105

Андрей Третьяков
ИНФОРМАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКСПЕРТИЗЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ 108

Виктор Блохин
ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 113

Віолетта Лавренюк, Віктор Нерсесов
ОРАТОРСЬКА (РИТОРИЧНА) КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ 118

Андрей Третьяков
ИНФОРМАЦИОННО-ПРАВОВОЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ФГОС 125

Юлія Давиденко
ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ..... 130

Віолетта Лавренюк, Юлія Лучка, Вадим Талпа
ПОНЯТТЯ ПРО НЕВЕРБАЛЬНУ КОМУНІКАЦІЮ ЯК СКЛАДОВУ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ 136

Tetiana Biriukova, Mary Yakubovska
GRANT PROJECTS, SUMMER SCHOOLS, STARTUPS AS NEW INFORMATION CREATIVE FORMS OF SUPPORT EDUCATION AND CULTURE 141

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Хайдар Мухиддинович Муминов
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 147

Санъат Султонович Рахматов,
Наргиза Нажмитдиновна Садулаева
ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ 152

Аліна Застеба
СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 155

Олим Саидович Мирзаев
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА, ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ИТ 161

Тетяна Лугова, Наталія Федоренко
КАРТОГРАФУВАННЯ ЗНАНЬ ТА ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА 166

Олена Дворник, Анна Бойко
РОЛЬ ІНОФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ 173

Санъат Султонович Рахматов
УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЕЙ 177

Наталія Федоренко
ЗАДОВОЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ ЧЛЕНІВ КОЛЕКТИВУ ЯК ЧИННИК ПСИХОЛОГІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 182

Оксана Баюш
СПЕЦИФІКА ДОКУМЕНТООБІГУ В БУХГАЛТЕРІЇ ПІДПРИЄМСТВА 189

Ірина Воропаєва
СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ВИРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ІНФОРМАЦЙНОЇ УСТАНОВИ 196

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Юлія Маримович
ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДОВІДКОВО-БІБЛІОГРАФІЧНОГО АПАРАТУ 199

Людмила Малинівська
ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИВЧЕННІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ» У ВНЗ 204

Хаёт Исмойилов
ПРИМЕНЕНИЕ CAD/CAM/CAE 209

Мохаммед Аль-Даби
РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ И СХЕМ КОНТРОЛЯ ИНФОРМАЦИИ 213

Зайниддин Рашидович Хўжаназаров,
Моҳинур Илич қизи Султонова
АУТЕНТИФИКАЦИЯ ПРОГРАММНЫХ КОДОВ..... 216

Дарія Марущак
ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ
ІНФОРМАЦІЙНО-ПОШУКОВОЇ СИСТЕМИ. 220

Анастасія Акрабова
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБІГУ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР ТА
МОБІЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ 225

Ангеліна Трофимчук
ТЕХНОЛОГІЯ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ ОГЛЯДІВ НОВОЇ
ЛІТЕРАТУРИ, ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА 230

Лариса Ященко, Виктория Армер
НЕОБХІДНСТЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ
РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 234

Тетяна Масленко
БІБЛІОТЕКА ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
ТА ОСЕРЕДОК РОЗВИТКУ ІБТ 241

Інна Кіпер
ТЕХНОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИСТАВОК У
ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНОМУ ЗАКЛАДІ 247

Юлія Блінська
ХАРАКТЕРИСТИКА БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСІБНИКІВ
РІЗНИХ ВИДІВ ТА ЖАНРІВ..... 252

Ірина Ботнар
ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО
ПРОДУКТУ СПОЖИВАЧЕМ..... 258

Катерина Лошан
РОЗВИТОК ІБТ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНИХ
ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ 263

Ірина Берікул
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ОПИС ЯК ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНО-
БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ 267

Тетяна Лугова, Анастасія Городніченко
СКЛАДОВІ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ПРОЕКТУ 272

Буй Ван Тхионг
ПРИМЕНЕНИЕ РЕГУЛЯРНЫХ ВЫРАЖЕНИЙ В ЯЗЫКЕ PHP 278

Світлана Мельник, Марія Якубовська
ИНТЕРНЕТ ЯК СПЕЦИФІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОКУМЕНТА 283

Ірина Штепуляк
ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ 288

Ганна Зірчак, Катерина Берназ
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ 292

Юлія Сизова
ПРОБЛЕМИ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 298

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ТЕХНІКО-ОРІЄНТОВАНОМУ СВІТІ

Юлія Коляденко
ВТОРИННИЙ ДОКУМЕНТ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ПЕРЕРОБКИ ПЕРВИННОГО ДОКУМЕНТА 303

Вікторія Птиця, Наталія Масі
ЕЛЕКТРОННІ ПЕТИЦІЇ ДО ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ЯК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕМОКРАТИЧНОГО ЛАДУ В КРАЇНІ 306

Тетяна Лугова, Наталія Федоренко
ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО АНАЛІТИКА 312

Тетяна Шевченко, Ольга Дяченко
ЛОГІЧНІ ПОМИЛКИ У РАЙОННІЙ ПРЕСІ: ТИПОЛОГІЯ, ПРИЧИНИ ЇХ ВИНИКНЕННЯ Й СПОСОБИ УСУНЕННЯ 320

Тетяна Лугова, Анастасія Городніченко
ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДОКУМЕНТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 326

Тетяна Шаркова
ТЕХНОЛОГІЇ ДОВІДКОВО-БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ 332

Анна Дубович
СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДОКУМЕНТАЛЬНО - ИНФОРМАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ .. 338

Віктор Нерсесов
СУЧАСНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ 342

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ

Татьяна Капезина, Татьяна Потапкина
РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ В ПРЕДУПРЕЖДЕНИИ КОНФЛИКТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ 348

Маргарита Тариелашвили
СПЕЦИФИКА РАБОТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ МЕДИАРИЛЕЙШЕНЗ С ПРЕССОЙ 353

Александр Бельский
СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ 358

Екаетерина Лунева
РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ВРАГА В СМИ 364

Сергій Мельник, Ольга Ткаченко
ДО ПРОБЛЕМИ МЕДІАВПЛИВУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ) 366

Валентина Кубко, Вікторія Вражитор
КОМУНІКАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ 371

Алексей Довгань
СОЦИАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ В БИБЛИОТЕЧНОМ ДЕЛЕ 376

Наталья Литвинова
ОСОБЕННОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ РАССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ 381

Марія Слюсаренко
ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ВИДАННЯ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ГОЛОС НАРОДУ») 387

Темель Карааслан
МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ 394

Анна Баскакова
БІБЛІОТЕКА ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ЦЕНТР 399

Олена Порпуліт
«ЗЛИТТЯ РЕДАКЦІЇ І АУДИТОРІЇ» ЯК ГУМАНІТАРНИЙ НАСЛІДОК КОНВЕРГЕНЦІЇ ЗМІ 403

Аліна Тертична
ТИПОЛОГІЯ ВИДАНЬ ДЛЯ ВІЙСЬКОВИХ В УКРАЇНІ: РЕДАКТОРСЬКИЙ АСПЕКТ 408

Діана Гасаненко
ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ У СУЧАСНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ 414

Аліна Іванюк
КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ: ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ, ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ 417

Валентина Кубко, Ірина Компанієць
КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ 428

Віра Гонта
РЕДАГУВАННЯ МЕДІАТЕКСТУ В УМОВАХ КОНВЕРГЕНЦІЇ ЗМІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ "ГАЗЕТИ ПО-УКРАЇНСЬКИМ" ТА GAZETA.UA) 434

Валентина Кубко, Катерина Проненко
ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ З ПЕРСОНАЛОМ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ СЛУЖБИ 443

Марія Сиротенко
ТЕЛЕВІЗІЙНА РЕКЛАМНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СПОСІБ КОНСТРУЮВАННЯ КУЛЬТУРИ ПОВСЯКДЕННОЇ СУЧАСНОСТІ . 448

Зайниддин Рашидович Хўжаназаров, Моҳинур Илич қизи Султонова
ФУНКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ 452

Ірина Ботнар
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ 457

Лариса Ященко, Наталія Шокун
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У РЕКЛАМНОМУ БІЗНЕСІ..... 464

Сергей Мельник, Вікторія Пучкова
О ФОРМИРОВАНИИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА (на примере игровой коммуникации) 473

Олена Василенко
РОЛЬ КОМУНІКАТИВНИХ БАР'ЄРІВ У СОЦІАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ 479

Валентина Кубко, Юлія Щербак
ОСОБЛИВОСТІ ТА СПОСОБИ ДРУКУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ РЕКЛАМИ 490

Анна Ковальчук
МІСЬКА ГАЗЕТА: ТВОРЧО-СОЦІАЛЬНА ПАРАДИГМА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕДАКТОРА (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ВИДАНЬ ХЕРСОНА 2016 Р.) 494

Тетяна Шевченко
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕДИТОЛОГІЇ 502

Алина Пшеничникова
ОСОБЕННОСТИ РАДИОКОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ 507

Санъат Султонович Рахматов
СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ..... 511

Валентина Кубко, Анна Баранюк
СИСТЕМНО-ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПАТОГЕННИХ ТЕКСТІВ РЕКЛАМИ 517

Олена Татакі, Олена Міхайлова
СТРУКТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ СИТУАЦІЇ В МІЖОСОБИСТІСНІЙ КОМУНІКАЦІЇ 521

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 528

ІСТОРІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мирослава Щиглинська
Київський університет імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна

СЕКЦІЯ З ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ІФЛА ЯК ПРОВІДНИЙ ЦЕНТР МІЖНАРОДНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Робота присвячена вивченню основних напрямів діяльності Секції з інформаційних технологій Міжнародної федерації бібліотечних асоціацій і закладів. На основі аналізу тематики досліджень секції впродовж останніх років зроблено висновок про значення діяльності секції як провідного міжнародного форуму. Наголошено на необхідності участі України у роботі секції.

Ключові слова: *Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій і закладів, Секція з інформаційних технологій ІФЛА, міжнародне інформаційне співробітництво.*

Ключевые слова: *Международная федерация библиотечных ассоциаций, Секция информационных технологий ИФЛА, международное информационное сотрудничество.*

Работа посвящена основным направлениям деятельности Секции информационных технологий Международной федерации библиотечных ассоциаций и учреждений. На основе анализа тематики исследований секции на протяжении последних годов сделан вывод о значении деятельности секции как ведущего международного форума. Подчеркнута необходимость участия Украины в работе секции.

This study focuses on the main activities of the Section of information technology of the International Federation of library associations and

institutions. Based on the analysis of the research topics section during recent years, the conclusion was made about the value of the Section's activities as a leading international forum. The necessity of Ukraine's participation in the work of the section.

Keywords: *The International Federation of library associations and institutions, IFLA Section of information technology, the international information cooperation.*

Одним із найважливіших напрямів досліджень інформаційної діяльності є вивчення міжнародного досвіду. Сьогодні вирішення нових завдань, які постають перед бібліотеками як інформаційними установами, є нагальною проблемою вітчизняної науки і практики. Провідні вітчизняні фахівці бібліотечно-інформаційної сфери (Л. Костенко [1], Лобузіна [2], О. Онищенко [3] та ін.) активно висвітлюють ці питання у публікаціях та пропонують для обговорення на різноманітних фахових зібраннях. Однак теоретичні напрацювання і практичний досвід міжнародних професійних організацій з питань інформаційної діяльності не є об'єктом пильної уваги вітчизняних науковців.

Метою даної роботи є висвітлення основних напрямів діяльності Секції з інформаційних технологій ІФЛА як провідного осередку міжнародних досліджень інформаційної діяльності і визначення можливостей використання їх результатів у вітчизняній практиці.

Сьогодні ІФЛА – Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій і закладів (англ. – IFLA, The International Federation of Library Associations and Institutions) – міжнародна організація, яка представляє бібліотечних та інформаційних працівників всього світу. До її складу входять понад 1300 учасників з 140 країн, які працюють у 50 секціях [4]. Однією з найбільших є Секція з інформаційних технологій.

Перші спроби створити у федерації структурний підрозділ, який би займався розробкою методів, дослідженням процесів та технічних засобів, спрямованих на збирання, зберігання, опрацювання, розповсюдження та використання інформації, сягають ще далекого

1963 р. і пов'язані з появою перших комп'ютерів. Саме цього року відбулося опитування учасників Секції національних і університетських бібліотек щодо напрямів діяльності майбутніх структурних підрозділів ІФЛА. Відповідно до побажань членів федерації були утворені дві комісії: з механізації та з репрографії [6].

Наступного, 1964 р., на одному із засідань федерації в Римі (Італія) Ворнер Клапп представив доповідь «Механізація та автоматизація в американській бібліотеці» [1], що заклало основи діяльності нової комісії.

Остаточно Комісія із механізації (нині – Секція з інформаційних технологій) оформилася у 1965 р. на зустрічі в Гельсінкі (Фінляндія). Першим офіційним головою комісії став Гюнтер Пфлуг (ФРН) [6]. У 1960-х рр. активними учасниками комісії були представники Великої Британії, Канади, Німеччини, СРСР, Швеції.

З початку 1970-х рр. діяльність комісії зосереджується на питаннях впровадження ISSN, новому форматі MARC, різних аспектах автоматизації бібліотек та обробки баз даних. На кінець 1970-х рр. діяльність комісії значно активізується і розширюється. І вже з 1979 р. вона отримує статус секції ІФЛА і сучасну назву.

Сьогодні завданнями Секції є популяризація інформаційних технологій через проекти, пов'язані із розробкою стандартів, інформаційною освітою та науковою діяльністю у різних країнах світу. Важливою складовою діяльності Секції є напрацювання рекомендацій щодо використання, функціонування і управління інформаційними технологіями в бібліотеках та інших інформаційних установах. Пріоритетними залишаються програми підтримки доступу та надання інформації для користувачів різних груп [7].

Традиційною є участь представників секції у щорічних Конгресах (Конференціях) ІФЛА. Розглянемо проблематику засідань і доповідей, представлених на них, що дасть змогу окреслити коло найактуальніших питань, які перебувають на порядку денному секції.

2003 р. на Всесвітньому конгресі бібліотечних та інформаційних працівників, який пройшов у Берліні (Німеччина). М. Дж. Лінквіст

(Швеція), А. МакАртур (Франція), Чан Пінг Ван (Сінгапур), В. Шарша (США) розглянули тему «Канали отримання інформації у бібліотеці» («Бібліотечні точки доступу: ЗМІ, інформація, культура») [8]. Цього ж року на семінарі, проведеному спільно з Секцією університетських бібліотек, були розглянуті перспективи розвитку наукових порталів. Тут виступили представники Австралії, США та Чехії. Фахівці з Великої Британії та США представляли секцію на спільному із Секцією збереження та консервації засіданні на тему «Збереження і оцифровки: сучасні дослідження, стандарти та найкращі практики» [8].

На Конгресі 2004 р. в Аргентині тематика програми роботи секції була пов'язана з проблемами аутентифікації та авторизації для крос-доменів електронного бібліотечного обслуговування.

2005 р. на Конгресі в Осло (Норвегія) одразу три актуальні теми були винесені для обговорення фахівцями: «Інформаційні технології в університетських бібліотеках та інші загальні ресурси», «UNIMARC та інформаційні технології», «Відкрите програмне забезпечення для бібліотек» [8].

«Аудіовізуальні та мультимедійні інформаційні технології і національні бібліотеки (Нові технології доступу: вивчення спадщини)» – такою була тема зустрічі на Конгресі у Сеулі (Південна Корея) 2006 р. Фахівці з Єгипту, Франції, Швеції та Японії розглядали питання збереження та доступу до культурної спадщини. У секції також розглядалися проблеми використання DAISY (спеціальна мультимедійна програма на основі відкритого програмного забезпечення для людей з особливими потребами). Особливу зацікавленість учасників викликало обговорення новітніх технологій відновлення та вилучення інформації, доступу до освітнього й культурного мультимедійного контенту.

Спільно із Секцією науково-технічних бібліотек піднімалося питання про загальнодоступні цифрові бібліотеки. У цьому контексті важливим стало обговорення проблем створення і функціонування

інституційних репозитаріїв як результату співпраці національних бібліотек з науково-технічними.

Реакцією на економічну кризу стала тематика доповідей Секції на Конгресі 2007 р. в Дюрбані (Південно-Африканська Республіка), представлених на засіданні «Національні бібліотеки та стратегії знаходження ресурсів: місцевий, національний та глобальний рівні» [8]. Представлення досвіду національних бібліотек країн Європи викликало жваві обговорення учасників.

2008 р. на Всесвітньому бібліотечному та інформаційному конгресі у м. Квебек (Канада) розглядалися питання, пов'язані з використанням інформаційних технологій у доступі до бібліотек, бібліотечних фондів, бібліотечному обслуговуванні у малих та спеціальних бібліотеках, проблеми цифрового архівування в спеціальних бібліотеках та інші.

Конгрес 2009 р. у Мілані (Італія) показав традиційно підвищений інтерес фахівців до питань інституційних репозитаріїв та статистики культурної спадщини. Актуалізація використання соціальних мереж у світі в цілому, та у бібліотеках зокрема, стала основним об'єктом розгляду зустрічі учасників Секції з інформаційних технологій на тему «Інструменти соціальних мереж для навчання та обміну знаннями» [5].

Під час Конгресу в Гетеборзі (Швеція) 2010 р. вся увага Секції була спрямована на проблеми освіти та ролі бібліотек і бібліотечних фахівців у допомозі пошуку необхідної інформації користувачами.

У Пуерто-Ріко 2011 р. Секція звернулася до аспектів обов'язкового примірника електронних документів та повернулася до обговорення інформаційних технологій в освіті.

Сьогодні бібліотеки надають перевагу електронним каталогам та базам даних. Як діяти в умовах вимкнення електроенергії або короткого замикання, коли система може видалити файли? Як відновити втрачену інформацію? Такі складні питання були запропоновані до обговорення на засідання «Послідовність в умовах цифрового стихійного лиха: планування катастроф і відновлення цифрових бібліотек» 2012 р. у Гельсінкі (Фінляндія). Тут також

піднімалися питання про підвищення кваліфікації бібліотечних фахівців в умовах впровадження новітніх інформаційних технологій, що швидко змінюються.

Діяльність секції 2013 р. видалася доволі плідною. На Конгресі в Сінгапурі обговорювалися питання Open Source та різних аспектів збереження цифрових інформаційних ресурсів. Також секція провела семінар, який розглянув напрями використання інформаційних технологій на допомогу дослідницькій діяльності [9].

У контексті сучасних тенденцій у предметній сфері, яка входить до компетенції Секції з інформаційних технологій, 2014 р. на Конгресі в Ліоні (Франція) об'єктом уваги стали перспективи впровадження новітніх технологій у роботу бібліотек та використання хмарних сервісів у їх діяльності [5].

Спільно з регіональною Секцією Азії та Океанії 2015 р. на Конгресі в Кейптауні (Південно-Африканська Республіка) обговорювалися нові технології, що полегшують доступ до інформації у бібліотеках, а також із Секцією збереження і консервації – проблеми створення та підтримки роботи веб-сайтів бібліотек [5].

2016 р. під час Конгресу в Огайо (США) Секція з інформаційних технологій підготувала одразу чотири засідання у тісній співпраці з іншими секціями. Дискусії стосувалися питань опрацювання електронних новинних інформаційних ресурсів, нових форматів джерел та можливостей користувачів у роботі з ними, поліпшення використання аудіовізуальних та мультимедійних ресурсів, дистанційного навчання бібліотекарів та користувачів, розвитку знань та вмінь користувачів у роботі з технологічним навколишнім середовищем.

Отже, аналіз тематики засідань, виступів учасників підтверджує, що Секція з інформаційних технологій ІФЛА є потужним міжнародним форумом, який розглядає найактуальніші питання впровадження інформаційних технологій у бібліотеках та інформаційних установах, сприяє обміну досвідом між різними

країнами. Найактивнішими учасниками Секції є представники Австралії, Великої Британії, Канади, Сінгапуру, США та Франції. Важливим завданням вітчизняної практики є долучення українських фахівців до діяльності у такому провідному осередку міжнародного співробітництва у сфері інформаційної діяльності, зокрема інформаційних технологій, яким є Секція з інформаційних технологій ІФЛА.

Література

1. Костенко Л. Нові інформаційні технології електронних бібліотек / Л. Костенко // Бібл. вісн. – 2005. – № 6. – С. 25-28.

2. Лобузіна К. Електронна наукова періодика відкритого доступу: семантичні веб-технології для бібліотек / К. Лобузіна // Бібл. вісн. – 2015. – № 3. – С. 18-23.

3. Онищенко О. Бібліотека і "цифрове" покоління: нова ситуація – нові форми роботи / О. Онищенко // Бібл. вісн. – 2016. – № 5. – С. 3-6.

4. About IFLA [Electronic resource] / IFLA. – Electronic data. – [Netherlands], 2017. – Mode of access: World Wide Web : URL : http://www.ifla.org/about. – Eng . – The title from the screen. – Last update: 6th March 2017.

5. Conferences [Electronic resource] / IFLA. – Electronic data. – [Netherlands], 2017. – Mode of access: World Wide Web : URL : http://www.ifla.org/it/conferences. – Eng. – The title from the screen. – Last update: 6th March 2017.

6. 40 Years of Technology in Libraries: A Brief History of the IFLA Section on Information Technology, 1963/64 – 2003 / S. McCallum // IFLA. – 2003. – 5 p.

7. Information Technology Section [Electronic resource] / IFLA. – Electronic data. – [Netherlands], 2017. – Mode of access : World Wide Web : URL : http://www.ifla.org/it. – Eng. – The title from the screen. – Last update : 6th March 2017.

8. Information Technology Section 2003-2007 Conference proceedings [Electronic resource] / IFLA. – Electronic data. – [Netherlands], 2017. – Mode of access : World Wide Web : URL : http://archive.ifla.org/VII/s21/21Conferences.htm. – Eng. – The title from the screen. – Last update : 6th March 2017.

9. Past Events from Information Technology [Electronic resource] / IFLA. – Electronic data. – [Netherlands], 2017. – Mode of access : World Wide Web : URL : http://www.ifla.org/events/past/62. – Eng. – The title from the screen. – Last update : 6th March 2017.

Вікторія Маслєнкова, Наталя Масі
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАКОНОДАВСТВА ПРОТЯГОМ 2006 – 2016 Р.Р.

В статті представлено аналіз національної інформаційної політики в аспекті законодавчого забезпечення та регулювання

Ключові слова: інформаційне суспільство, інформаційне законодавство, державна інформаційна політика, законодавчі та нормативно-правові акти.

В статье представлен анализ национальной информационной политики в аспекте законодательного обеспечения и регулирования.

Ключевые слова: информационное общество, информационное законодательство, государственная информационная политика, законодательные и нормативно-правовые акты.

The article presents an analysis of national information policy in the aspect of legislation and regulation.

Keywords: information society, information legislation, the state information policy, legislative and regulatory acts.

Сьогодні Україна має сотні законодавчих та інших нормативно-правових актів, що зорієнтовані на розвиток інформаційних процесів, захист національного інформаційного простору, прискорення інтегральних процесів в світовому інформаційному просторі. Проте поряд з тим, що в Україні прийнято низку нормативно-правових актів на означеному напрямі, важливою проблемою залишається певна несистемність вітчизняної правової політики в інформаційній сфері, зокрема з огляду на те, що законодавчі акти ухвалюються з метою вирішення тактичних завдань, без урахування стратегічних орієнтирів та об'єктивних українських умов.

Науковцями В.М. Брижко [3] та Н.В. Грицяк [4] було відзначено, що у сучасний період у системі інформаційного законодавства свого вирішення потребують такі проблеми в сфері створення, поширення та використання інформації як:

- формування правових умов для забезпечення плюралізму, прозорості та неупередженості діяльності ЗМІ, недопущення їх монополізації та використання у маніпулятивних цілях;
- унормування діяльності з поширення інформації в мережі Інтернет;
- вдосконалення захисту інтелектуальної власності в умовах поширення Інтернет-технологій;
- вдосконалення правових вимог щодо дотримання журналістами професійних та етичних стандартів;
- проблема неузгодженості термінології в інформаційному законодавстві.

Впродовж десяти останніх років ведуться численні дискусії про необхідність розробки та прийняття Інформаційного кодексу України та про те, яким він має бути. Сьогодні проекту Інформаційного кодексу

не існує, хоча вже тривалий час над його розробкою працюють у Державному комітеті телебачення і радіомовлення спільно з Міністерством юстиції України та Національною радою з питань телебачення і радіомовлення.

Актуальною сьогодні є розробка та впровадження нових законодавчих актів, спрямованих на захист інформації, протидію її неконтрольованому витоку. Особливе значення має захист інформації про особу.

Важливе значення має вдосконалення законодавства щодо обов'язків органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових та службових осіб забезпечувати доступ до інформації.

Існує потреба в розвитку нових напрямків державної інформаційної політики, зокрема, не останнє місце займає реформування інформаційного законодавства з урахуванням міжнародних стандартів [5].

На сьогодні у сфері державної інформаційної політики України, окрім діючої нормативно-правової бази, функціонують:

- Доктрина Інформаційної безпеки України;
- Концепція розвитку електронного урядування в Україні;
- Концепція розвитку телекомунікацій в Україні;
- Концепція формування системи національних електронних ресурсів;
- Концепція технічного захисту інформації в Україні;
- Концепція державної інформаційної політики;
- Концепція створення Національного громадського телебачення і радіомовлення та інші [2].

Цей перелік не є вичерпним, але він є достатнім для аналізу процесу правового регулювання інформаційної сфери та виокремлення наступних висновків: стратегія розвитку інформаційної сфери в цілому та її частин відсутня; доктрина як декларація офіційної позиції держави виражена лише щодо безпекового виміру інформаційної діяльності.

Іншими документами вищого рівня (концепціями та основними засадами) охоплені виключно напрями, пов’язані з новітніми інформаційними технологіями в їх різних виявах: управлінському, соціальному, техніко-технологічному; державне регулювання інформаційної сфери має виразний коротко- та середньостроковий характер.

З-поміж керівних документів державної політики, що визначають діяльність органів влади в інформаційній сфері, домінують програми, але відсутні стратегії, доктринально визначено лише питання безпеки, концепції та основні засади регулюють лише питання, пов’язані з новітніми інформаційними технологіями. Документів вищого рівня (доктрин, стратегій, концепцій) з гуманітариних питань (бібліотечна, архівна, книговидавнича справа, імідж дежави та офіційна комунікація тощо) – не прийнято.

За період 2006-2016 роки Верховною Радою України було прийнято 60 законів, що безпосередньо регулюють інформаційну сферу нашої держави. Але більшу долю серед них складають законодавчі документи, в яких лише утверджено зміни до вже існуючих законів.

Стосовно прийняття нових законів в інформаційній сфері, то їх налічується – 21.

Основоположними серед них є:

- «Про Державну службу спеціального зв'язку та захисту інформації України»;
- «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки»;
- «Про посилення захисту майна редакцій засобів масової інформації, видавництв, книгарень, підприємств книгорозповсюдження, творчих спілок»;
- «Про захист персональних даних»;
- «Про доступ до публічної інформації»;
- «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України»;
- «Про електронну комерцію»;

- «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації».

Решта законів стосується ратифікації або денонсації Угод між Україною або Кабінетом Міністрів України та Урядом інших держав про взаємний обмін інформацією, захист секретної інформації та взаємну охорону інформації з обмеженим доступом.

Також за цей період окрім законів була прийнята низка нормативних документів з метою регулювання інформаційної сфери. До них відносяться:

- Постанови Верховної Ради України («Про проведення парламентських слухань на тему: "Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України"» від 25 листопада 2015 року, «Про прийняття за основу проекту Закону України про внесення змін до Закону України "Про телебачення і радіомовлення" щодо надання телеканалами ідентифікуючої інформації під час реклами» від 02 листопада 2010 року, «Про прийняття за основу проекту Закону України про доступ до публічної інформації» від 12 червня 2009 року);

- Укази та Розпорядження Президента України («Про символіку Міністерства інформаційної політики України» від 25 грудня 2015 року, «Про призначення довічних державних стипендій видатним діячам інформаційної галузі» від 12 травня 2011 року, «Про вдосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення Президента України та органів державної влади» від 14 липня 2008 року);

- Постанови та Розпорядження Кабінету Міністрів України («Про внесення зміни до пункту 4 Положення про Міністерство інформаційної політики України» від 30 вересня 2015 року, «Про затвердження Порядку використання у 2012 році коштів, передбачених у державному бюджеті для здійснення заходів з розвитку освіти у сфері інформаційних технологій» від 26 вересня 2012 року, «Про передачу бюджетних призначень, передбачених Державному комітету телебачення і радіомовлення на 2015 рік» від 11 листопада 2015 року).

Зважаючи на це, можемо сказати, що інформаційне законодавство займає надзвичайно важливе місце в правовій системі України, але на жаль в поточний момент ні в нормативно-правових, ні в юридичних актах немає явного нагадування щодо переходу України до інформаційного суспільства, а також щодо нової державної інформаційної політики, яка відповідає такому переходу.

З огляду на наявність значних проблем щодо реалізації права на інформацію в Україні, безспірною є необхідність вдосконалення існуючого законодавства в цій сфері, приведення його до міжнародних стандартів та практики розвинутих країн світу.

Література

1. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. №2658-XII [Текст]: за станом на 13 січня 2011 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1992. - № 48. – С. 25-46.
2. Про концепцію Національної програми інформатизації: Закон України від 04.02.1998 № 75/98-ВР [Текст]: за станом на 8 листопада 2013 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – № 27. – С. 182.
3. Брижко В. М. Теорія і практика інформаційного права: методологія кодифікації інформаційного законодавства України [Текст] / В. М. Брижко // Правова інформатика. – 2013. – № 1(37). – С. 70-78.
4. Грицяк Н. В. Державне управління в умовах розвитку інформаційного суспільства [Текст] : навч. посіб. / Н. В. Грицяк. – К. : Вид-во НАДУ, 2012. – 220 с.
5. Марущак А. І. Інформаційне право: доступ до інформації [Текст] : навч. посіб. / А. І. Марущак. – К. : КНТ, 2009. – 532 с.

УДК651.4/.9 (075)

Тетяна Лугова, Вадим Черниш
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ВІЙСЬКОВО-МЕДИЧНА ДОКУМЕНТАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ГАЛУЗЕВОГО ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА

В статті показані особливості військово-медичної документації як складової галузевого документознавства, виявлено особливості, структуру та склад документаційних систем військово-медичної галузі.

Ключові слова: *військово-медична документація, структура медичної служби збройних сил, галузеве документознавство, класифікація документації.*

The article shows the peculiarities of the military-medical documentation as part of the branch of records management, the peculiarities, structure and composition of the system documentation of Military medical industry.

Key words*: military-medical documentation, the medical service of the armed forces, sector-specific documentation studies, classification documentation.*

Вступ. В ситуації сьогоденних реалій сучасної України, особливої суспільної гостроти набуває проблема удосконалення діяльності військово-медичних центрів та закладів. Це, у свою чергу, зумовлюється правильно організованим та ефективним процесом документування всіх процесів, що відбуваються у військових закладах охорони здоров’я (ЗОЗ), особливістю яких є тотальна регламентація відповідними наказами та Законами України. Доцільність наявності/ведення тих чи інших документів у ЗОЗ залежить від форми власності, виду, профілю його діяльності тощо. Важливим чинником,

що впливає на характер документування та склад документів військових шпиталів є приналежність документаційної системи до військової галузі. Це зумовлює необхідність наукової рефлексії щодо військової медичної документації як складової галузевого документознавства, що було обґрунтовано М.С. Слободяником як перспективний напрям дослідження [10]. Все це зумовило вибір теми нашого дослідження.

Огляд літератури та постановка проблеми. Незважаючи на гостру суспільну актуальність розробки пропозицій та рекомендацій щодо оптимізації процесів документування військових ЗОЗ, фундаментальні праці за цією темою практично відсутні. Науковці загалом зосереджуються на різних аспектах історії медицини [7; 12], проблемах розвитку медичної допомоги в Україні [12], організації медичного забезпечення військ [9], менеджменту медичних закладів (МЗ) [4; 6; 8]. Варто відзначити праці інформаційно-документаційного спрямування вивчення автоматизації медичної інформаційної системи [3], звітної медичної інформації та медичної статистики [5], нормативно-правової бази медичного забезпечення ЗСУ в єдиному медичному просторі держави [11]. Хоча у цілому загальні питання управління документацією знаходять відображення в численній спеціальній літературі та фахових джерелах. Втім, праць на перехресті наукових галузей менеджменту охорони здоров’я, військової медицини, документознавства та діловодства до сьогодні відсутні. Причинами цього, як нам видається, є: по-перше, обґрунтована насиченість цих галузей регламентуючими документами (Законами України, Наказами МОЗ та Міноборони України); та по-друге, у специфіці військової галузі, більшість інформації якої належить до державної таємниці та обмежується за доступом.

Мета дослідження – виявити особливості військово-медичної документації України як складової галузевого документознавства.

Виклад основного матеріалу. Найважливішим завданням документаційного забезпечення медичного закладу є організація ефективного діловодства. Цю організацію здійснює Міністерство

охорони здоров’я. Перед усім спеціальна служба документаційного забезпечення, яка в органах державної влади, як правило, входить до керівної структури – апарату адміністрації, й називається загальним відділом. Крім того, окремі функції з документаційного забезпечення установи здійснює архівний підрозділ медичного закладу, а також інші структурні підрозділи (відділ кадрової роботи, бухгалтерія, фінансова частина, господарчо-фінансовий відділ тощо) в межах їхньої компетенції [12]. Втім, якщо діловодні процеси у медичних установах регулюються спеціальними наказами МОЗ України (наприклад [1]), то військові ЗОЗ регулюються спеціальними наказами Міністерства оборони України (наприклад [2]). Адже загальне керівництво військово-медичною службою здійснює Департамент охорони здоров’я Міністерства оборони України (ДОЗ МОУ), підпорядкований Міністерству оборони України. Галузеві особливості документації військово-медичних центрів України визначаються Законами України: «Основи законодавства України про охорону здоров'я», «Про військово-медичну доктрину України», та нормативно-правовими актами: «Про затвердження Порядку надання медичної допомоги у військово-медичних закладах і взаєморозрахунків за неї між військовими формуваннями», «Про затвердження Положення про військово-лікарську експертизу в Збройних Силах України» та безліч інших.

Отож склад військово-медичної галузі зумовлюється організаційною структурою медичної служби ЗС України (документації медичних підрозділів, частин, закладів, з’єднань і органів управління), завданнями і характером бойових дій, виду збройних сил (Військово-Морських Сил, Сил Повітряної оборони, Сухопутних військ тощо), особливостями медичного забезпечення, а також завданнями, що покладаються на відповідні формування медичної служби (рис.1)

Рис. 1. Структура медичної служби ЗС України [9, 68]

Так, до документації підрозділів медичної служби належать ті, що виникають у результаті діяльності медичних пунктів батальйонів і окремих полків, медичних рот механізованих (танкових) бригад. Це первинна військово-медична документація, що може бути класифікована за видами кваліфікованої військово-медичної допомоги (долікарської, першої лікарської і невідкладних заходів), за посадами (документація фельдшера, помічника лікаря, лікаря загальної практики-сімейної медицини), за фаховим спрямуванням (документація хірургічного відділення, терапії, анестезіології тощо). Це документи персонального медичного обліку (первинні медичні картки та історії хвороб), документи обліку засобів для першої допомоги, накази та інструкції тощо.

Велику групу становить документація частин (закладів) медичної служби, що мають свій номер, військове господарство і печатку. Тож за організаційним критерієм документація розподіляється на документацію медичних рот, санітарно-транспортних частин,

військових польових пересувних шпиталів, військових санаторіїв, санітарно-епідеміологічних закладів, закладів медичного постачання, військово-медичних навчальних закладів тощо. Документація кожної з медичних частин містить підсистеми відповідно до їх структурних підрозділів. Так, до документації військового шпиталю належать спеціальні документаційні системи відділень інтенсивної терапії невідкладних станів; невідкладної терапії; інтенсивної терапії та екстракорпоральної детоксикації; інтенсивної терапії загального профілю; травмпункту; токсикологічної лабораторії; променевої діагностики тощо.

Документація з'єднань медичної служби охоплює системи документів частин матеріально-технічного забезпечення – медичних бригад армійських корпусів та госпітальних баз. Для організації і проведення заходів щодо медичного забезпечення військ у безпосередньому підпорядкуванні ДОЗ МОУ передбачені органи управління лікувально-евакуаційним забезпеченням на регіональному і територіальному рівнях; пересувні госпітальні бази, лікувально-профілактичні і санітарно-епідемічні заклади, органи військово-лікарської і судово-медичної експертизи, військово-медичні склади і бази, санітарно-транспортні частини, військово-медичні навчальні заклади і науково-дослідні заклади безпосереднього підпорядкування [9, 67].

Військово-медична галузь визначає специфіку організаційно-розпорядчої документації цих закладів, що зумовлюється характером їхнього керівництва: медичні частини очолюють командири, а заклади – начальники. Всі керівники зазначених медичних формувань є офіцерами медичної служби. Начальники військово-медичних управлінь оперативних командувань є прямими начальниками всієї медичної служби відповідних оперативних командувань. При цьому зазначені начальники мають спеціальний орган управління - військово-медичне управління, в складі якого передбачені посади головних

спеціалістів з основних розділів військової медицини - хірурга, терапевта, токсиколога-радіолога тощо [9, 66, 69].

На Сьогодні в Збройних Силах України (ЗСУ) немає єдиного затвердженого керівного документа щодо управління військово-медичними клінічними центрами та іншими медичними закладами (МЗ) та їхньої організації в особливий період. Зазначене зумовлює актуальність проведення досліджень з питань удосконалення й розвитку нормативно-правової бази системи МЗ ЗСУ на особливий період. Удосконалення нормативно-правової бази стане основою для проведення організаційних заходів з метою створення сучасної оптимальної документаційної структури військово-медичної служби, яка забезпечить виконання завдань зі збереження та зміцнення здоров'я особового складу ЗСУ [11].

Крім організаційних критеріїв класифікації документів, актуальними залишаються традиційні для діловодства ознаки змісту, призначення, характером застосування, за спрямуванням тощо. Зокрема, у військово-медичної галузі значними є такі системи:

1. Первинна медична документація (медична карта пацієнта, історія хвороб, медична довідка тощо).
2. Обліково-звітна документація.

– Журнали реєстрації (Журнал обліку прийому хворих в стаціонар; Журнал відмовлень в госпіталізації; Журнал обліку хворих, яким надана лікувальна відпустка; Журнал обліку перебування хворих на денному стаціонарі; Журнал запису оперативних втручань в стаціонарі; Журнал реєстрації переливання трансфузійних рідин; Журнал обліку антиретровірусних препаратів у закладах охорони здоров'я; Журнал обліку антиретровірусних препаратів у відділеннях і кабінетах закладів охорони здоров'я; Журнал плану оперативних втручань; Журнал реєстрації аналізів; Листок обліку руху хворих і ліжкового фонду стаціонару);
– Обліково-звітна документації в аптеках військових частин, лікувальних закладів і на медичних складах. Документація обліку

лікарських засобів груп А та Б. Книги обліку, описи комплектів, вимоги, заявки, акти технічного стану.

– Документація зі зберігання та руху наркотичних засобів. (Ліцензія на право на роботу з наркотичними засобами. Журнал відповідних форм приходу та розходу наркотичних засобів).
– Акти інвентаризації матеріальних цінностей у військових частинах, лікувальних закладів, на медичних складах; інвентаризації матеріальних засобів і передача її від однієї посадової особи до іншої. Документи для отримання інспекторського свідоцтва. Повідомлення про бойові втрати й трофеї медичного майна. Оприбутковування трофеїв.

3. Довідкова документація («Класифікатор медичних процедур та хірургічних операцій», «Склад хворих у стаціонарі, строки та результат лікування», «Хірургічна робота стаціонару», «Термінова хірургічна допомога хворим, які вибули зі стаціонару» тощо).

На часі науковцями висуваються питання про зближення медичної та військової галузей шляхом створення єдиної системи медичного забезпечення військ як складової загальнодержавної політики охорони здоров’я громадян України у мирний та воєнний час [11]. Вчені стверджують, що система МЗ цивільного населення, як і система МЗ військ в особливий період, є підсистемою всього народногосподарського комплексу країни, тож спільною метою діяльності системи МЗ цивільного населення та військовослужбовців є охорона здоров’я людини, а останнє є важливою складовою національної безпеки держави. Отже вчені ставлять питання про вироблення єдиних лікувально-діагностичних протоколів, номенклатур фармацевтичних засобів і стандартів, що мають відповідати міжнародним стандартам та акумулювати найсучасніші світові досягнення в галузі організації та практичного надання медичної допомоги громадянам. При цьому медична служба збройних

сил країни, як підкреслюють автори [11], входить у політичні та економічні блоки за участю держави.

Висновки. Вищевикладене дає можливість стверджувати, що військово-медична документація являє собою складну міжгалузеву надсистему, що складається із загально управлінських, спеціальних та галузевих документаційних систем. Склад та особливості військово-медичної документації зумовлюються структурою медичної служби ЗС України, завданнями і характером бойових дій, виду збройних сил, режимами мирного або особливого часу, особливостями медичного забезпечення, а також завданнями, що покладаються на відповідні формування медичної служби.

Військово-медична документація як система характеризується такими особливостями: підпорядкуванням Міністерству оборони; жорсткою регламентацією будь-якого процесу, що відбувається у медичному закладі, відповідними Наказами, що є основними нормативними та інструктивними документами; високою специфікою документації, зумовленою медичною галуззю; превалюванням обліково-звітної документації та тісний взаємозв’язок з відділом статистики.

Література

1. Про затвердження Інструкції з діловодства у Міністерстві охорони здоров'я України : Наказ МОЗ України № 20 від 05.02.98 (чинний, поточна редакція 25 лютого 2014 року N 143. - http://www.moz.gov.ua/docfiles/dod143_1__2014.pdf);
2. Про затвердження Положення про військово-лікарську експертизу в Збройних Силах України [Електронний ресурс] : Наказ Міноборони України № 402 від 14.08.2008 [Чинний, редакцыя выд 01.12.2015]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1109-08
3. Автоматизована медична інформаційна система / В.О. Юхимець [та ін.] // Впровадження та оптимальні технічні рішення. – 2007.– С. 1–8.

4. Баєва О. В. Менеджмент організацій: медичний та фармацевтичний менеджмент : навч. посіб. / О. В. Баєва - К.: ВД "Персонал". 2009. – 336 с.
5. Голубчиков. М. В. Сучасні організаційні проблеми служби медичної статистики України: Охорона здоров'я України / М.В. Голубчиков //- К.: ВД "Лікарняний" – № 3 (18). — С. 30 – 35
6. Журавель В.И. Основы менеджмента в системе охраны здоровья : навч. посібник / В. И. Журавель – К. : . 1994. – 336 с.
7. История развития медицины и военно-полевой хирургии / С.И. Шевченко. В.М. Зыбин. Р.С. Шевченко [та ін.].– Х. : ХНМУ. 2009. – 178 с.
8. Крыштопа Б.П. Менеджер в здравоохранении / Б.П. Крыштопа. И.М. Андреева. – К:. «Добродий МК». 1995 .- С. 180
9. Організація медичного забезпечення військ : підруч. для студ. вищ.мед. закл. Освіти України III-IV рівнів акредитації / За редакцією проф. Паська В.В. – К. : «МП Леся», 2005. – 430 с.
10. Слободяник М.С. Галузеве документознавство: перспективні напрями досліджень / М.С. Слободяник // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики: Зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 17–18 травня 2005 р. – К., 2005. - Ч. 1. - С. 5-8.
11. Трансформування та розвиток Збройних Сил України / В.Л. Савицький, О.М. Власенко, В.І. Стриженко, О.Ю. Булах // Наука і оборона. – 2014. – № 2. – С. 27-33.
12. Шегедин М. Б. Історія медицини та медсестринства / М.Б. Шегедин. Н.О. Мудрик. – Тернопіль: Укрмедкнига, 2003. – 512 с.

Олеся Терлецька
Київський університет імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА, АРХІВНА СПРАВА: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА ДОПОМОГУ РЕФОРМАМ В УКРАЇНІ

У публікації висвітлюються світові тенденції розвитку вищої освіти у сфері інформаційної, бібліотечної та архівної справи. Розглядається трьохелементна концепція підготовки фахівця як одна з поширених сучасних освітніх практик.

Ключові слова: *бібліотечна, інформаційна, архівна освіта, сучасні вимоги до фахової освіти, реформування вищої освіти в Україні.*

В публикации освещаются мировые тенденции развития высшего образования в сфере информационного, библиотечного и архивного дела. Рассматривается трёхэлементная концепция подготовки специалиста как одна из распространенных современных образовательных практик.

Ключевые слова: *библиотечное, информационное, архивное образование, современные требования к специальному образованию, реформирование высшего образования Украины.*

The publication emphasized world trends in the development of higher education in the field of information, library and archival affairs. The three-element concept of specialist training is considered as one of the most widespread modern educational practices.

Keywords: *library and information education, archival education, modern requirements for special education, reform of higher education in Ukraine.*

Реформування освіти, зокрема вищої школи, відкриває нові можливості для країни, яка наважується на такі реформи. Зміни

повинні ґрунтуватися на всебічних об'єктивних дослідженнях міжнародної позитивної практики, мати чіткі цілі та завдання, передбачати конкретні наслідки та зрушення у всьому суспільстві.

Питання реформування системи вищої освіти як реальна потреба постала перед Україною після здобуття статусу незалежної держави. Особливої уваги потребує інформаційно-бібліотечна сфера, яка за короткий проміжок часу завдяки впровадженню новітніх інформаційних технологій у всі сфери життєдіяльності сучасного суспільства змінилася як за кількісними, так і за якісними показниками.

Мета даного дослідження полягає у визначенні основних світових тенденцій, які існують у вищій освіті, визначення позитивних наслідків їх впровадження у вищу інформаційно-бібліотечну та архівну освіту в Україні.

Актуальність дослідження світових тенденцій вищої освіти визначається поступовим реформуванням цієї сфери в Україні та бажанням зробити фахівців інформаційно-бібліотечної галузі конкурентоспроможними на світовому ринку, а вищу школу України – передовою [3].

Нині загальновизнаним є те, що межі між різними галузями знань поступово розширюються, таким чином породжуючи нові дослідження на межі двох (трьох, чотирьох) різних сфер [5, 33]. Інформація та дослідження виходять за рамки однієї науки, таке знання все складніше віднести до тієї чи іншої галузі. Саме завдяки такій тенденції породжуються нові течії, в яких раніше не виникало потреби. Робота з подібною інформацією вимагає від працівника особливих вмінь, навичок та особистісних характеристик [7, 15].

В Україні вже відбуваються реформи у відповідному напрямку. У вересні 2015 р. набула чинності Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», за якою спеціальність «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія» об'єдналася зі спеціальностями «Документознавство та інформаційна

діяльність» і «Архівознавство», започаткувавши спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» [3, 195].

Дана реформа, на необхідності якої фахівці галузі наголошували неодноразово [1, 9], означає, що в результаті закінчення першого рівня у вищому навчальному закладі, фахівець здобуде універсальну підготовку і матиме необхідні знання з базових теоретичних дисциплін – документознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства, архівознавства – та отримає вміння і навички для роботи в практичних сферах – інформаційній, бібліотечній та архівній справах.

Такий порядок відповідає провідній світовій тенденції розвитку сучасної вищої школи: освіта прагне бути універсальною. Розроблення та впровадження відповідних методичних вказівок та навчальних планів має допомогти студентам і викладачам стати мобільнішими.

Одним із найважливіших завдань сучасного реформування освіти є також орієнтація на практико-орієнтоване навчання, актуальність якого у нашому швидко змінюваному суспільстві постійно підвищується [4, 2; 7, 2].

Інформаційне суспільство, в якому інформація оперативно створюється і миттєво розповсюджується, потребує фахівця, який оперує та мислить сучасними поняттями та категоріями, який може швидко сфокусуватися і працювати з великими масивами різноманітної інформації. У цьому виявляється ще одна світова тенденція формулювання вимог до кваліфікації сучасного інформаційного працівника: фахівець з інформації повинен вміти швидко і якісно аналізувати, класифікувати, впорядковувати інформацію [2, 41]. Наразі саме цей показник і є ознакою зміни самої сутності інформаційно-бібліотечної справи та змушує реформувати докорінно як саму систему, так і бачення її суспільством.

Найважливішою складовою сучасної вищої освіти є її зміст. Сьогодні можна виокремити три елементи, на яких будуються підготовка майбутніх фахівців галузі – новітні інформаційні технології, комунікація та розвиток особистості студента [7, 15].

Особливе місця в технічній освіті майбутніх фахівців інформаційної справи займають Інтернет-технології [6, 48]. На сучасному етапі розвитку суспільства Інтернет втручається в навчальну, професійну, виробничу сферу людської життєдіяльності та є одним з найпопулярніших шляхів встановлення комунікації. Динамічний розвиток Інтернету як потужної системи – від звичайних сторінок з інформацією до інтерактивних матеріалів та Інтернету речей – може дати уявлення про те, яким чином інформаційна професія може змінитися в майбутньому. Саме тому інформаційний працівник вже зараз має вміти оперувати подібними системами на професійному рівні, адаптувати, керувати та налаштовувати їх.

Невід'ємним елементом сучасної освіти є комунікація [6, 50]. Робота з будь-якою інформацією, зафіксованою на матеріальному носії, є комунікацією формальною. Проте не менш важливою залишається для людини соціальна комунікація неформальна. Важливо розуміти, що інформаційний працівник – це фахівець, який не працює виключно з документами чи з електронними пристроями. Така модель може створити враження, що професії інформаційної сфери досить інтровертні. Насправді, інформаційному працівникові дуже важливо вміти здобувати інформацію з комунікації саме неформальної. Адже це інформація у початковому стані, це зародження тенденцій та течій, які інформаційний працівник має відчувати та аналізувати. У перспективі інформація, котра передається усно сьогодні, проходячи аналітичну обробку, фіксується на матеріальному носії й перетворюється на документ.

Світова практика підтверджує важливість урахування інтересів студентів і надання можливості кожному розвиватися як професіоналу і як особистості у бажаному напрямі, розширювати коло професійних інтересів та соціальних контактів, залучатися до вузькоспеціальних досліджень на межі кількох дисциплін [5, 35;8,7].

Наразі неможливо проводити реформування галузі в цілому, не торкаючись освіти. Сьогоднішні студенти є майбутнім галузі. Тому для

України питання вивчення і втілення у вітчизняну освітню практику світових досягнень у вищій освіті загалом, аналіз та впровадження провідних тенденцій розвитку галузі є актуальними завданнями теорії і практики.

Література

1. Бабич В. До проблеми підготовки кадрів бібліотечно-інформаційної сфери / В. Бабич // Бібл. планета. – 2005. – № 2. – С. 5–11.
2. Кобєлєв О. Інформаційно-аналітична складова в системі підготовки фахівців соціокомунікаційної сфери / О. Кобєлєв // Вісн. Книжк. палати. – 2015. – № 12. – С. 38–41.
3. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квіт. 2015 р. № 266 // Офіц. вісн. України. – 2015. – №38. – С. 194.
4. Слободяник М.С. Становлення та розвиток вищої документознавчої освіти в Україні / М.С. Слободяник // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2011. – № 3. – С. 4–5.
5. Соляник А.А. Культуроцентрическая модель модернизации высшего библиотечно-информационного образования / А.А. Соляник // Вісн. Харків. держ. акад. культури : спецвипуск 40 : зб. наук. пр. – Харків : ХДАК, 2013. – С. 31-41.
6. Філіпова Л.Я. Напрями застосування Інтернет-технологій та сервісів у системі навчання за спеціальністю «Документознавство та інформаційна діяльність» / Л.Я. Філіпова // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2011. – № 3. – С. 48–51.
7. Шевченко Б.Г. Інноваційні навчальні технології в інформаційній освіті / Б.Г. Шевченко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2011. – № 4. – С. 14–15.
8. World Conference of Higher Education. Higher Education in The Twenty-first Century: Vision and Action [Електронний ресурс] / UNESCO. – Electronic data. – Paris, 1998. – Mode of access : World Wide Web : URL : http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_eng.htm. – Eng. – The title from the screen. – Bibliographic description based on 9th of March 2017.

Марія Гордієнко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ВНЕСОК ПРОВІДНИХ УКРАЇНСЬКИХ БІБЛІОГРАФОЗНАВЦІВ У РОЗВИТОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Анотація : у даній статті ви знайдете історико-бібліографічні факти особистостей , які зробили свій внесок у розвиток української бібліографії , їх досягнення , та літературна спадщина.

Ключові слова : бібліографія , бібліографічні технології , бібліографознавці

Abstract: In this article you will find historical and bibliographical facts personalities who have contributed to the development of Ukrainian bibliography, their achievements and literary heritage.

Keywords: bibliography, bibliographic technology, library scientist

Формування національної самосвідомості народу, відродження української нації – найважливіше і найскладніше завдання державотворення. Від них залежить реалізація політичних, економічних, соціальних та інших проблем. Як відомо , утвердження національної самосвідомості базується на національному соціально-історичному ґрунті, на конкретних історичних подіях, фактах, біографіях особистостей у історії.

Саме через біографію видатних особистостей , в якій розкрито всі якості людини, її внесок у державну справу, мотивація вчинків, мають суттєвий виховний вплив на співгромадян. Як правило , люди читаючи біографії і факти з життя відомих особистостей мотивуються і намагаються вдосконалити себе , що неодмінно впливає на процес розвитку у цілому світі . Зазернемо в історію створення біографічних праць про визначних українських бібліографів.

У 20-х роках Ю. Меженко заснував серію "Українські бібліологи". З усієї серії побачила світ лише книжка "Сергій Маслов, I902—1927" (К., 1927), присвячена 25-річчю наукової діяльності видатного українського вченого. До книги увійшли біографія С.Маслова, написана вченим секретарем УНІКу М.Іванченком, нарис про наукову діяльність, підготовлений академіком В.Перетцем, і бібліографічний реєстр праць, складений Я. Стешенком.

Літературознавець, історик, мемуарист В.Дорошенко присвячував свої бібліографічні праці відомим діячам української книги. У цілому ряді своїх досліджень він фігурував як історик бібліографії, вивчав життя і діяльність видатних українських бібліографів і діячів книги.

Михайло Ілліч Ясинський вивчав діяльність окремих представників української бібліографії . У рік смерті західноукраїнського бібліографа І.Калиновича він написав статтю про цього вченого [44, с. 21]. У 1929 році перша стаття "До характеристики М.Ф.Комарова як бібліографа" [44, с.21], у 1965 р. -друга: "Михайло Комаров: З минулого української бібліографії" [44, с.21]. В останні роки Михайло Ілліч багато і наполегливо працював над монографією, присвяченою цьому бібліографу, використав не тільки архівні матеріали, спогади його сина В.Комарова, з яким листувався. Після смерті М. Ясинського, Ф.Сарана відредагував рукопис монографії й підготував її до друку у Книжковій палаті України. Але в силу ідеологічних передумов книжка так і не вийшла в світ.

Ігор Корнєйчик займався дослідженням життя і творчої спадщини українських бібліографів. Йому належить кілька нарисів-портретів про Б.Комарова, М.Ясинського І.Франка, С.Маслов та інших. Цінні матеріали про діяльність українських бібліографів має монографія "Історія української бібліографії. Дожовтневий період: Нариси" (Х.. 1971. —- 373 с.). Ряд сторінок даної праці присвячено М.Костомарову, М.Комарову, І.Франку, І. Левицькому, С.Пономарьову та іншим.

Вагомим вкладом в українське бібліографознавство є історико-біографічні дослідження літературознавця Михайла Гуменюка. Ним написано цілий ряд нарисів-портретів найвизначніших українських

бібліографів XIX— початку XX століття. Вони були опубліковані в періодичній пресі в 70—80-х роках, а пізніше склали збірник нарисів "Українські бібліографи XIX— початку XX століття: Нарис про життя та діяльність" (Х., 1969. — 182 с.). Книга охоплює 15 портретів, в яких розкрито життєвий і творчий шлях вчених, показано їх діяльність на ниві української бібліографії та культури.

Його праця внесла багато нового в історію української бібліографії дожовтневого періоду. Вона й нині служить посібником для студентів вищих навчальних закладів культури.Тираж книги всього 1 650 примірників.

Автори, прориваючись через ідеологічні захаращення, намагаються правдиво розкрити штрихи біографій визначних українських бібліографів. У цьому напрямку працюють Григорій Зленко, Валентина Лутовинова, Михайло Гсращенко, Таїсія Ківшар, Оксана Федотова, Рона Жданова, Лариса Коцирій, Надія Стрішенець, та інші.

Цікава стаття В.Ляхоцького "Про деякі особливості бібліографічної діяльності Івана Огієнка". Іван був одним з тих шанувальників книги, вчених, котрі уславилися в інших галузях знання і прийшли до бібліографічної діяльності через власну наукову роботу, виявивши ерудицію енциклопедиста, здатність до логічного мислення, аналізу і синтезу знань. Йому була притаманна основна психологічна риса бібліографа — готовність і здатність служити комунікаційним посередником між документами і споживачами.

Особливої уваги заслуговує навчальний посібник професора Н.Королевич "Українські бібліографи 20 століття" (К.: Кн. палата України, 1998. — 327с.).Книга є збірником дванадцяти нарисів-портретів українських бібліограф і в-професіоналів Ю.Меженка, М.Ясинського, М. Яшека, І.Калиновича, В.Дорошенка, С.Маслова, Ф. Максименка, І.Бойка, О.Куща. І.Корнєйчика, М.Гуменюка, Ф.Сарани. Обрана структура подання матеріалів чітка, продумана, логічно

системна, що дозволяє достовірно відобразити здобутки того чи іншого фахівця.

При написанні нарисів про бібліографів авторка подає біографічні відомості, характеризує їх світогляд, визначає їхнє місце в розвитку української бібліографії. Наприкінці кожної персоналії два додатки — хронологічний покажчик основних праць з бібліографії, бібліотекознавства та книгознавства і рецензій на них; і література про бібліографа. Такий підхід дозволяє визначити внесок кожного з діячів в історію української бібліографії і культури ХХстоліття.

З 1993 року Національна парламентська бібліотека України почала видавати серію "Видатні діячі української книги". На цей час уже видано і підготовлено до друку шістнадцять бібліографічних покажчиків та біобібліографічних нарисів: про Ю.Меженка, М.Ясинського, В.Дорошенка, Л.Биковського, С.Маслова, Ф.Максименка, М.Плевака, Євгенії та Василя Бабичів, М.Слободяника, Н.Реву, Р.Жданову та інших. Відбір імен до серії здійснюється за таким основним принципом — міра приналежності даної особи до власне української культури. Національна приналежність певної персоналії розглядається через призму його культурно-історичної значимості. Схема нарисів не є жорстко регламентованою. Але в загальному подається біографія діяча, характеристика основних аспектів його діяльності на ниві книгознавства, бібліографії, бібліотечної справи, бібліофільства, енциклопедичної справи, обов'язковими елементами є хронологічні покажчики його основних праць та літератури про нього, а також іменний покажчик до всього видання.

Сподіваємося, що біобібліографічні нариси дадуть імпульс і спонукатимуть українських бібліографознавців до продовження написання нарисів про інших діячів української книги як минулого, так і сучасного, які працювали і працюють не тільки в Україні, а й за її межами — Чехії. Словаччині, Німеччині, Франції, США, Канаді, Австралії та в Інших країнах.

Література

1. Библиография : Учебник для библ. фак. ин-тов культуры/ Ирина Гудовщикова, Михаил Бриксман, М.П. Бронштейн и др.; Под ред. М. А. Бриксмана, А.Д. Эйхенгольца. -М.: Книга, 1969. -560 с.
2. Бібліотекознавство і бібліографія України : Бібліогр. покажч./ М-во культури і мистецтв України. НПБ України. -К.. -1999. - Вип.57 : Покажчик видань за II півріччя 1998 року/ Укл. Т.М.Заморіна. -1999. -84 с.
3. Бібліотечна справа. Бібліотекознавство. Бібліографознавство : Зведений каталог нових надходжень до провідних бібліотек Харкова за 2001 рік/ Укл. Олена Скорик, Ред. С.М. 4.Миценко; М-во культури і мистецтв України, ХДНБ ім. В.Г.Короленка , Харків. бібліотечне тов-во. -Х., 2002. -111 с.
4. Бібліотечна справа. Бібліотекознавство. Бібліографознавство: Зведений каталог нових надходжень до провідних бібліотек Харкова за 2004 рік/ Укл. Людмила Глазунова,
5. Брауде Л. Р. Основы библиотечно-библиографических знаний : -М.: Высш. шк., 1987. -93,

Олена Татакі, Анастасія Тяпкова
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА МИТНОЇ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація: *У статті означено специфіку формування документно-інформаційних ресурсів підприємства митної сфери, вказано основні напрями діяльності Асоціації митних брокерів України.*

Ключові слова: *документно-інформаційні ресурси, підприємство митної сфери діяльності, митний брокер, митний кодекс, Асоціація митних брокерів України.*

Аннотация: *В статье отмечено специфику формирования документо-информационных ресурсов предприятия таможенной сферы, указаны основные направления деятельности Ассоциации таможенных брокеров Украины.*

Ключевые слова: *документо-информационные ресурсы, предприятие таможенной сферы деятельности, таможенный брокер, таможенный кодекс, Ассоциация таможенных брокеров Украины.*

Abstract: *The formation is defined by the specific document-enterprise information resources of customs areas specified main, activities of the Association of Customs Brokers Ukraine.*

Keywords: *document-information resources, business scope of customs, customs broker, Customs Code, the Association of Customs Brokers Ukraine.*

Сучасний етап розвитку українського суспільства, а саме налагодження взаємовигідних відносин з країнами Європейського співтовариста, вимагає розробки ефективного документаційного забезпечення управління загалом та формування документно-інформаційних ресурсів підприємства митної сфери діяльності зокрема. Тому апарат управління потребує досвідчених фахівців, які можуть забезпечити не тільки ефективну роботу з документами організації або підприємства, а й вирішення важливих управлінських рішень в митній сфері діяльності.

Теоретичною та інформаційною базою для дослідження зазначеного актуального питання стало законодавство України, а також роботи вітчизняних дослідників даної сфері, таких як О.П. Гребельник [2], А.А. Дубиніна [3], В.О. Храмов, Г.С. Гуріна [4] та інші.

Узагальнюючи думки вчених, можемо стверджувати, що *документаційне забезпечення* – це діяльність окремих працівників або підрозділів щодо створення документаційно-інформаційних баз на різних носіях для використання управлінським апаратом у процесі реалізації управління митним підприємством.

Ефективне ведення документації митної сфери полягає, зокрема, в дотриманні встановленого законодавством України порядку переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України, який прописаний Митним Кодексом України у ст. 246 [5].

З 18 вересня 2015 року набрав чинності наказ Міністерства фінансів України від 04.08.2015 р. № 693 «Про діяльність митних брокерів» [6]. Цим наказом затверджено «Порядок подання та розгляду заяв і надання дозволу на провадження митної брокерської діяльності та контролю за нею», який регламентує подання та розгляд заяв щодо провадження митної брокерської діяльності, а також надання, переоформлення, анулювання (зупинення) дії дозволу на провадження митної брокерської діяльності та контролю за нею.

Також зазначеним документом затверджено:

- форму заяви про надання/переоформлення дозволу на провадження митної брокерської діяльності;
- форму заяви про анулювання/зупинення дії дозволу на провадження митної брокерської діяльності;
- форму Витягу з реєстру митних брокерів.

Митний брокер – це підприємство, що надає послуги з декларування товарів, транспортних засобів комерційного призначення, які переміщуються через митний кордон України.

За вчинення правопорушень, пов’язаних з провадженням митної брокерської діяльності, митний брокер несе відповідальність, встановлену митним Кодексом та іншими законами України.

Взаємовідносини митного брокера з особою, яку він представляє, визначаються відповідним договором (Стаття 417 [5]).

Інформація, отримана митним брокером та його працівниками – агентами з митного оформлення від особи, яку представляє митний брокер, у процесі виконання митних формальностей, може використовуватися виключно для цілей виконання цих формальностей (Стаття 419 [5]).

За розголошення інформації, що становить комерційну таємницю або є конфіденційною, митний брокер та його працівники – агенти з митного оформлення несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства.

Дозвіл на здійснення митної брокерської діяльності, відкриття та експлуатацію магазину безмитної торгівлі надається центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику, разом із центральним органом виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики у сфері захисту державного кордону.

Інформаційні ресурси митних органів, сформовані на базі документів і відомостей, що подаються при здійсненні митних операцій, а також документів, необхідних для їх здійснення мають обмежений доступ. Порядок формування інформаційних ресурсів і доступу до них визначається законодавством України.

Під *документно-інформаційними ресурсами митних органів* будемо розуміти організовану сукупність документованої інформації, що включає в себе бази даних, створені, оброблені і накопичені в інформаційних системах митних органів. Зрозуміло, що для формування та використання таких ресурсів необхідні фахівці, які будуть компетентними не тільки у галузі митного законодавства України, а й володітимуть навиками організації й управління спеціалізованих масивів документованої інформації саме стосовно зовнішньоекономічної сфери діяльності підприємств.

Інформаційні ресурси митних органів, що стосуються митного законодавства України, є відкритими і загальнодоступними. Загальнодоступні інформаційні ресурси розміщуються на сайтах митних органів України.

Порядок отримання особами інформації, що міститься в інформаційних ресурсах обмеженого доступу митних органів, визначається законодавством України.

Для забезпечення ефективної взаємодії з Державною митною службою України й іншими органами державної влади, які здійснюють

регулювання зовнішньоекономічної діяльності створена *Асоціація митних брокерів України*. Основними напрямками діяльності якої є такі [1]:

- оперативне, регулярне та централізоване забезпечення членів Асоціації нормативними документами стосовно митної справи та зовнішньоекономічної діяльності;
- захист прав і інтересів членів Асоціації в органах державної виконавчої влади;
- узагальнення пропозицій щодо вдосконалення нормативної бази з питань діяльності митних брокерів, митних ліцензійних складів, спільне обговорення проектів нормативно-правових актів;
- створення банку даних митних ліцензійних складів, митних брокерів – членів Асоціації, організація оперативного обміну інформацією між членами Асоціації, пошук нових клієнтів;
- соціально-правові й благодійні акції, спрямовані на вдосконалення ринку митних послуг і митної інфраструктури;
- реклама діяльності членів Асоціації, пошук для них потенційних клієнтів і партнерів як в Україні, так і за її межами;
- курси підготовки й підвищення кваліфікації осіб, уповноважених на декларування, декларантів (допомога випускникам курсів у працевлаштуванні);
- створення банку вакансій (підприємства, яким потрібні на роботу фахівці з митного оформлення).

Завдяки членству в Асоціації учасники отримують можливість брати участь у формуванні та реалізації державної політики через представників Асоціації у консультативно-дорадчих органах (громадських радах, громадських колегіях, радах підприємців тощо), створених при органах законодавчої та виконавчої влади, а також знижки на придбання спеціального програмного забезпечення для митних брокерів і декларантів "MD-Office" і "QDPro".

Отже, підсумовуючи зазначене вище, варто відзначити, що формування документно-інформаційних ресурсів підприємства митної

сфери діяльності потребує фахівців, компетентних у питаннях в галузі митної справи, здатних не тільки спостерігати та реєструвати різні факти господарської діяльності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, але й керувати процесом переміщення товарів через митний кордон України згідно з принципами міжнародної торгівлі і, таким чином, сприяти насиченню ринку України доброякісними товарами і зміцнювати конкурентні позиції вітчизняних виробників продукції та нашої держави на міжнародному рівні.

Література

1. Асоціація митних брокерів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ambu.org.ua

2. Гребельник О. П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності : підручник [Текст] / О. П. Гребельник. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 696 с.

3. Дубініна А. А. Митна справа : підручник [Текст] / А.А. Дубініна, С.В. Сорокіна, О. І. Зельніченко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 320 с.

4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : підруч. для студ. ВНЗ [Текст] / В.О. Новак, Т.Л. Мостенська, М.Г. Луцький, Г.С. Гуріна, О.В. Ільєнко; Нац. авіац. ун-т, Нац. ун-т харч. технологій. – К. : Кондор, 2012. – 493 с. – бібліогр.: с. 345-354 – укр.

5. Митний кодекс України [Електронний ресурс]. – [Чинний, поточна редакція від 01.01.2017]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17

6. Про діяльність митних брокерів : наказ Міністерства фінансів України № 693 від 04.08.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1036-15

УДК-81.1

Віолетта Лавренюк, Вадим Дума,
Віталій Лозінський, Олександр Тищенко
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

СУЧАСНЕ ТЕРМІНОЗНАВСТВО ЯК СИНТЕТИЧНА МІЖГАЛУЗЕВА ДИСЦИПЛІНА

У статті розглядаються основні напрями розвитку термінознавства як синтетичної міжгалузевої дисципліни за кордоном і в Україні; аналізуються тенденції, що серйозно перешкоджають науковій комунікації, викликають тривогу за сьогоднішній і завтрашній стан української термінології.

Ключові слова: *термінознавство, тенденції розвитку, ефективна наукова комунікація.*

In the article the main directions of terminology as synthetic intersectoral subjects abroad and in Ukraine; analyzes the trends that seriously impede scientific communication, causing concern for present and future state of Ukrainian terminology.

Keywords: *terminology, trends, effective scientific communication.*

В статье рассматриваются основные направления развития терминоведения как синтетической межотраслевой дисциплины за рубежом и в Украине; анализируются тенденции, которые серьезно препятствуют научной коммуникации, вызывают тревогу за сегодняшний и завтрашний состояние украинской терминологии.

Ключевые слова: *терминознавство, тенденции развития, эффективная научная коммуникация.*

Духовний світ людини нерозривно пов’язаний з розвитком її мовних здібностей. Досконале опанування української мови й термінології не лише підвищує мовну освіченість студентів і сприяє гуманізації певних сфер державного життя, але й підвищує культурний рівень майбутньої української інтелігенції. Термінознавство як

синтетична міжгалузева дисципліна охоплює такі напрями роботи: ***лексикографічний*** (це створення різного роду термінологічних словників (словники-довідники, словники-тезауруси, перекладні словники, словники рекомендованих термінів, словники сполучуваності тощо); ***уніфікація і стандартизація термінів*** (упорядкування термінологій різних галузей науки, техніки, економічного та культурного життя і всередині терміносистем відповідно до позначуваних понять. Основи стандартизації заклав О. Вюстер, займався цим питанням і Д. Лотте. Стандартизацію термінів здійснює держстандарт); ***створення картотек і баз даних*** (перший такий банк був створений у Німеччині, він вміщував 2 млн. термінів дев'ятьма мовами - результат плідної співпраці термінологів різних держав світу. Вагомою ознакою створення банку даних є машинний фонд мови. В Україні цією проблемою займається М. Пещак. Відокремити спеціальну лексику від загальновживаної дали змогу ремарки); ***переклад термінів***, що є однією з найскладніших проблем, оскільки невдала чи спотворена назва може призвести до спотворення наукової концепції; ***термінологічне редагування***.

Попри не надто сприятливі історичні обставини, українську наукову термінологію розбудовано чи не для всіх галузей сучасного знання. Сьогодні вона повноцінно задовольняє практичні потреби суспільства й розвивається так само стрімко, як і сама наука. Звичайно, цей розвиток не позбавлений певних перешкод і ускладнень. Так, у нас багато пишуть про потребу очистити термінологію від слів-покручів, непотрібних росіянізмів і англіцизмів, ширше застосовувати питомі словотвірні моделі. Окремо слід зупинитися на тих "хворобах" термінотворення, які спричинені не так іншомовним впливом, як невисокою мовною і термінологічною культурою деяких авторів. Ця невисока культура, точніше – *безкультур'я (!)*, виявляється: 1) у перенасиченні тексту малозрозумілими й зайвими термінами; 2) у невиправданому залученні термінів з інших, навіть не суміжних наук; 3) у вигадуванні нових назв для явищ і понять, що вже мають узвичаєні терміни. Ці три тенденції серйозно перешкоджають науковій

комунікації й викликають тривогу за сьогоднішній і завтрашній стан української термінології.

1. Перенасичення тексту термінами. Як відомо, науковому стилеві властиве помірне вживання як термінології, так і загальної, нейтральної лексики. У текстах одних наук питома вага термінів може бути більшою, в текстах інших наук – меншою. На це співвідношення впливають конкретна ділянка дослідження, індивідуальні вподобання автора, читацький загал, якому призначено публікацію. Загалом, як зазначають науковці (Коваль А.П., Селігей П.О.), за різними підрахунками, у нормативному науковому тексті спеціальна лексика становить 20-25% усіх слів, тобто вона поступається загальномовній лексиці. У деяких наукових текстах, надто у науковому жаргоні, спостерігаємо тенденцію до якомога більшого уникання звичайних слів і вживання натомість "розумної" лексики – тобто вигадування термінів для тих понять, які можна висловити простішими й уживанішими словами. Часто доходить до абсурду: автори спеціально шукають привід, щоб удатися до якогось терміна, хоч зі змісту праці видно, що доконечної потреби немає. У результаті з'являється нібито науковий текст, який густо рясніє незвичними висловами на зразок: *багатовимірні маніфестації, інтерпарадигматичний характер, динамічно-конструктивний феномен, креативно- генеративна величина, асиметрична структурно-акумулятивна взаємодія, парадигма ранжування, презумпція дискурсивної компетенції в концепції семіотико- наративних аспектів мовленнєвої діяльності.* Лавина неоковирних утворень такого штибу накрила сучасні наукові видання.

Природно, якщо новим терміном позначають щойно відкрите явище чи поняття. Проте важко вихнати природним безпідставне термінізування тих звичних предметів, дій та ознак, які досі називалися простими іменниками, прикметниками та дієсловами. Наприклад, ні в якому разі не можна заперечувати необхідності такого важливого терміна, як *комунікативний акт.* Але його доречно вживати там, де він

справді потрібен. Немає жодної потреби писати *здійснювати комунікативний акт* у тих випадках і в тому контексті, де можна ту саму дію передати одним-єдиним дієсловом – *розмовляти.*

У науковій літературі нерідко надуживають деякими загальнонауковими термінами, як-от: *питання, проблема, завдання, система, структура, форма, архетип, аналіз, парадигма, напрям, комплекс, сукупність, множина, розвиток, процес, функція, елемент, модель, фактор.* Ці терміни перетворилися, по суті, на такі собі наукові штампи, запас модних слів, які треба рясно розсипати в тексті для годиться. І оскільки в науковому жаргоні ці слова уживаються частіше, ніж того вимагає зміст, вони втрачають свою інформативну вартість, а їхні тонкі наукові значення розмиваються. Так само поширилися набридливі кліше типу *ситемний аналіз, комплексний підхід, комплекс питаь, проблемні питання, актуальні питання, структурно-системне явище, когнітивна парадигма, дискурсивні практики, іманентний процес, статусний підхід, процес розвитку* тощо.

Помічено, що автори, які досліджують справді складний матеріал, намагаються писати й говорити просто, не вдаючись до рідкісної чи незрозумілої лексики. У них немає мотивів штучно ускладнювати виклад. Натомість термінологія задля термінології поширена в тих публікаціях, зміст яких доволі елементарний і самоочевидний, або там, де розв’язують давно розв’язані проблеми. Саме про такі випадки жартома кажуть: *“термінологія – це процес перетворення дрібного питання у велику теорію”* і *“коли науці бракує аргументів, вона розширює свій словник”*. Якщо звичайно нова термінологія виникає як наслідок продуктивного, оригінального мислення, то тут вона радше виникає через його брак – як результат порожньої розумової забави.

2. Невиправдане залучення термінів з інших наук. Автори суспільствознавчих розвідок нерідко запозичують поняття й спеціальну лексику з інших наук – як суміжних, так і “далеких” (точних і природничих), хоч досліджувана тема цього нітрохи не вимагає. Наприклад, вживання в суто лінгвістичному тексті запозичень із

філософії: *буттєвий шар;* математики: *вектор, девіація траєкторії ціннісної оцінки, асоціативні осі,* інформатики: *квант інформації;* фізики: *поле резонації, центр перетину семантичної і формальної площин слова, які мають широку амплітуду;* механіки: *сигналізатор, регулятор.* Така невдала метафоризація, крім того, що викликана браком мовно-естетичного смаку, вихолощує специфіку гуманітарного дослідження, ніби підкреслюючи неповноцінність лінгвістичної термінології. Важко пригадати, щоб хтось із класиків гуманітарних наук послуговувався такими малозрозумілими метафорами.

3. Невиправдана заміна узвичаєних термінів. Декому із сучасних науковців здається що без нових термінів оприлюднювати свою працю якось несолідно. Через це давні й загальновідомі поняття такі дослідники іменують новотворами "власного виготовлення", які здаються їм ліпшими за вже усталені. Наприклад: відмінність – *диференційна характеристика*; мовлення – *вербально-комунікативна практика;* уявлення – *ментальний прообраз;* перевірка на практиці – *фактологічна апробація;* мислення – *оперування ментальними репрезентаціями;* товар – *товарна маса.* Універсальним у цьому плані виявився іменник *діяльність,* що його особливо уподобали прихильники наукоподібного викладу: пізнання - *когнітивна діяльність;* мислення – *розумова діяльність;* пам'ять – *мнемічна діяльність;* творчість – *креативна діяльність;* мовлення – *комунікативна діяльність;* аналіз – *концептуально-структуруюча діяльність* тощо.

Так само безпідставно часто вживається в науковому мовленні термін *дискурс.* У французькій мові, звідки запозичено цей іменник, він означає "мовлення, промова, роздум". Проте, в наукових (а точніше в *наукоподібних*) текстах часто знаходимо: *політичний дискурс, літературознавчий дискурс, критичний дискурс,* а також *філософський, економічний, видавничий, іронічний, любовний дискурс.* Активно вживаним від цього іменника є прикметник *дискурсивний: дискурсивне мислення, дискурсивний раціоналізм, дискурсивна*

стратегія, дискурсивний контроль, дискурсивна операція, дискурсивна ситуація, дискурсивне пізнання, дискурсивна подія, дискурсивне осмислення, дискурсивні формації. Дивно звучить *легітимізація дискурсу,* а також *дискурсивна відмова від дискурсу.* Термінів має бути рівно стільки, скільки їх справді необхідно. Запроваджувати їх доцільно тоді, коли їхня поява підготовлена попереднім розвитком науки, коли вдалося довести помилковість чи неповноту дотеперішніх уявлень або якщо наявний термін призводить до непорозумінь і плутанини. Нові терміни мусять відбивати справді нові поняття, які поліпшують мислення, поглиблюють розуміння, прояснюють наші уявлення про досліджуваний предмет. Тому-то великі вчені завжди вдумливо й обережно ставилися до новотворів. Академік Дмитро Лихачов уважав, що коли дослідник створює сотні нових термінів, він руйнує науку, десятки – підтримує її, два-три – рухає науку вперед.

Таким чином, низька термінологічна культура в усіх її виявах істотно утруднює сприйняття й розуміння наукового тексту. Засміченість незвичними словами, термінологічною мішурою призводять до того, що фонові знання читача або слухача (навіть якщо він і фахівець із цієї галузі) виявляються недостатніми для повноцінного розуміння написаного чи почутого. Усе це перешкоджає термінології виконувати своє основне призначення – упорядковувати наукові поняття, якнайточніше передавати наукові істини, полегшувати спілкування між фахівцями.

Список використаної літератури

1. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо. – К.: КМ Academia, 1994. – 254 с.

2. Лавренюк В.В. Проблеми викладання української мови за професійним спрямуванням у вищих навчальних закладах // Наша школа. Науково-методичний журнал. – Одеса : Одеський ОІУВ, 2010. – № 1-2. – С. 43–46.

3. Тараненко О. Лінгвістичні проблеми української термінології на сучасному етапі // Українська термінологія і сучасність (Матеріали ІІ Всеукраїнської наукової конференції). – К.: 1997. – С. 3-9.

4. Якубовська М.Г. Інформаційне середовище ВНЗ як засіб формування цінностей студентів // Інформаційна освіта та комунікативні технології XXI століття : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 13-15 вересня 2012 року) / [під заг. ред. В.Г.Спрінсяна]. – Одеса : Симэкс-Принт, 2012. – С. 209-212 (0,2 д.а.)

5. Ярема С. На теми української наукової мови. – Львів: Українське товариство з механіки руйнування матеріалів, Львівське крайове товариство "Рідна школа", Наукове товариство ім. Т.Г. Шевченка, 2002. – 44 с.

Ірина Бєляєва
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

СТАН ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ДОКУМЕНТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розглянуто законодавчу та нормативно-правову базу функціонування процесу ведення документації.

Ключові слова: стандарт, закон, нормативно-правова база, документація.

Рассмотрена законодательная и нормативно-правовая база функционирования процесса ведения документации.

Ключевые слова: стандарт, закон, нормативно-правовая база, документация.

Considered legislative and regulatory framework of process documentation. *Keywords: standard, law, legal framework, documentation.*

Документне спілкування на всіх рівнях здійснюється за єдиними загальноприйнятими правилами. Робота з документами, незалежно від організаційно-правової форми, будується на основі законодавчих і нормативно-методичних актів, що стосуються питань документування і роботи організацій.

Процес управління базується на підставі документаційного забезпечення, яке, у свою чергу, повинно мати нормативно-правову базу. Нормативно-методична база документаційного забезпечення управління охоплює:

– законодавчі акти України у сфері інформації, документації та документування;

– Укази та розпорядження Президента України, постанови та розпорядження Уряду, які регламентують питання документаційного забезпечення управління;

– правові акти органів виконавчої влади (міністерств, відомств, комітетів) як загальногалузевого, так і відомчого характеру;

– правові акти нормативного та інструктивного характеру;

– методичні документи з діловодства в установі;

– державні стандарти на документацію;

– уніфіковані системи документів;

– класифікатори техніко-економічної і соціальної інформації.

Закон України «Про інформацію» стверджує інформаційний суверенітет України і визначає правові форми міжнародного співробітництва в галузі інформації, а також закріплює право громадян України на інформацію, закладає правові основи інформаційної діяльності, визначає правові форми міжнародного співробітництва в галузі інформації. Закон складається з 6 розділів та 54 статей [1].

Закон України «Про захист інформації у автоматичних системах». Метою цього Закону є встановлення основ регулювання правових відносин щодо захисту інформації в автоматизованих системах за умови дотримання права власності громадян України і юридичних осіб на інформацію та права доступу до неї, права власника

інформації на її захист, а також встановленого чинним законодавством обмеження на доступ до інформації. Дія Закону поширюється на будь-яку інформацію, що обробляється в автоматизованих системах [2].

Закон України «Про стандартизацію» установлює правові та організаційні засади стандартизації в Україні і спрямований на забезпечення формування та реалізації державної політики у відповідній сфері [3].

Закон України «Про електронний цифровий підпис» визначає правовий статус електронного цифрового підпису та регулює відносини, що виникають при використанні електронного цифрового підпису.

Дія цього Закону не поширюється на відносини, що виникають під час використання інших видів електронного підпису, в тому числі переведеного у цифрову форму зображення власноручного підпису.

Якщо міжнародним договором, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені цим Законом, застосовуються правила міжнародного договору [4].

Закон України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності» визначає правові та організаційні засади розроблення і застосування технічних регламентів та процедур оцінки відповідності, а також основоположні принципи державної політики у сфері технічного регулювання та оцінки відповідності. Це є свідченням законодавчої обґрунтованості самого процесу управління документації [5].

ДК 010-98 Державний класифікатор управлінської документації, затверджений наказом Держстандарту України від 31 грудня 1998 № 1 024 [6].

ДСТУ 3582-97 Інформація та документація. Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні правила і вимоги [7].

ДСТУ 4163-2003 Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів [8].

ДСТУ 2732: 2004 Діловодство та архівна справа. Терміни та визначення понять [9].

ДСТУ ГОСТ 7.50:2006 Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Консервація документів. Загальні вимоги [10].

Типова інструкція з діловодства у центральних органах виконавчої влади, місцевих органах виконавчої влади, затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 1990 р № 1153.

Перелік типових документів, що створюються під час діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, інших установ, організацій і підприємств, із зазначенням термінів зберігання документів, затв. наказом Головного архівного управління при КМУ від 20.07.1998 № 41, зареєстрований в Мін'юсті України 17.09.1998 № 576.3016 (зі змінами та доповненнями, внесеними наказами Державного комітету архівів України від 23.10.2001 № 82, від 26.11.2001 № 93, від 24.03 .2003 № 45, від 24.03.2003 № 46, від 23.06.2005 № 86, від 25.03.2008 № 52).

Типове положення про експертну комісію об'єднання громадян, релігійної організації, а також підприємства, установи та організації, заснованої на приватній формі власності, затверджене наказом Державного комітету архівів України від 06.05.2008 № 83.

Правила роботи архівних підрозділів органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій, затверджене наказом Державного комітету архівів від 16.03.2001 № 16.

Отже, документне спілкування на всіх рівнях здійснюється за єдиними загальноприйнятими правилами. Робота з документами, незалежно від організаційно-правової форми, базується на основі законодавчих і нормативно-методичних актів, що стосуються питань документування і роботи організацій.

Необхідно підкреслити те, що розвиток інформаційних технологій та подальше розширення сфер використання документів є об'єктивним процесом, який потребує правового забезпечення.

Представлена загальна характеристика нормативно-правової бази, яка регулює інформаційні відносини в державі та забезпечує реалізацію державної політики в питаннях документообігу, діловодства, дає систематизовану теоретичну базу дослідження під час запровадження документообігу. У контексті сучасних уявлень діловодство та документообіг є одним із найважливіших засобів керування в установі та складовою здійснюваних у ній процесів інформаційного менеджменту. Слід зауважити також, що законодавством не встановлено норм щодо застосування мов у документообігу. Подальше дослідження у цьому напрямку доцільно спрямувати на дослідження сучасного стану державних і міжнародних стандартів документообігу.

Література

1. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України від 2 жовтня 1992 р.: №. 2657-XII. – [Чинний, поточна редакція від 02.03.2014] // Відомості Верховної ради України. – 1992. – № 48. – С. 650. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12
2. Про захист інформації у автоматичних системах [Електронний ресурс] : Закон України від 05.07.1994 р.: №. 2594-IV. – [Чинний, поточна редакція від від 31.05.2005] // Відомості Верховної ради України. – 1994. – № 31. – С. 286. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2594-15
3. Про стандартизацію [Електронний ресурс] : Закон України від 17.05.2001 р.: № 2408 – III.− [Чинний, поточна редакція від 15.01.2015] // Відомості Верховної ради України. – 2001. – № 31. – С. 1058. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1315-18
4. Про електронний цифровий підпис [Електронний ресурс] : Закон України від 22.05.2003 р.: № 852-IV .− [Чинний, поточна редакція

від 28.06.2015] // Відомості Верховної ради України. – 2003. – № 36. – С. 276. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/852-15

5. Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності [Електронний ресурс] : Закон України від 15.01.2015 р.: № 124–XIX.− [Чинний, поточна редакція від 15.01.2015] // Відомості Верховної ради України. – 2015. – № 14. – С. 96. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/255-17
6. ДК 010-98 Державний класифікатор управлінської документації [Електронний ресурс]. - [За станом на 28.07.2014]. – Режим доступу : http://zakon.golovbukh.ua/regulations/2341/8422/8423/465382/
7. ДСТУ 3582-97 Інформація та документація. Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні правила і вимоги. [Електронний ресурс]. – [За станом на 27.03.2007]. – Режим доступу : http://www.uazakon.com/document/spart46/inx46230.htm
8. ДСТУ 4163-2003 Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів [Електронний ресурс]. – [За станом на 27.03.2007]. – Режим доступу : http://www.uazakon.com/document/fpart96/idx96141.htm
9. ДСТУ 2732: 2004 Діловодство та архівна справа. Терміни та визначення понять [Електронний ресурс]. – [За станом на 01.07.2005]. – Режим доступу : http://gntb.gov.ua/files/sibid.pdf
10. ДСТУ ГОСТ 7.50:2006 Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Консервація документів. Загальні вимоги [Електронний ресурс]. – [За станом на 01.07.2007]. – Режим доступу : http://gntb.gov.ua/files/sibid.pdf

Кали Кейта, Виктор Хорольский
Воронежский государственный университет
Воронеж, Россия

ЗАКОНЫ О СМИ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МАЛИ

Африканские страны после получения независимости старались сделать массмедиа орудием демократии, инструментом модернизации и прогресса. В законах, в частности законодательных документах о СМИ, прописаны многие верные положения, регулирующие и электоральный процесс, и работу СМИ. Но политическая жизнь в большинстве случаев не подтвердила декларации о независимости журналистики как профессии, поэтому борьба за выполнение правильных законов является магистралью журналистской и общественной деятельности на современном этапе.

Республика Мали до недавнего времени считалась одним из лучших примеров для африканского континента с точки зрения свободы выражения мнений и демократического плюрализма. Этот статус республика Мали должна была заслужить еще и из-за распространения СМИ и разнообразия медийного ландшафта. Несмотря на эффективность медийной политики в осуществлении свободы выражения мнений всех граждан сегодня все равно существуют проблемы. Республика Мали в эти годы пережила серьезный удар по свободе прессы и с 2011 по 2016 год она сместилась с 25-ого (2011 год) на 118-е место (2016 год) в мире.

Религиозные вопросы также были под запретом, это происходило потому, что некоторые редакторы практиковали самоцензуру, тем самым опасаясь стать мишенью «исламских фундаменталистов». Культурные, сексуальные проблемы и негативные темы, затрагивающие интересы рекламодателя или страны, также являлись предлогами для цензуры. Чтобы создать печатную

продукцию в Мали, учредитель должен просто написать заявление властям. Если нет законов, защищающих конфиденциальность источников, доступ к публичной информации остается сложной проблемой. Некоторым гражданам, включая журналистов, иногда систематически отказывают в доступе к информации, для получения которой они предпринимают необходимые шаги.

Механизм урегулирования аудиовизуального сектора, который будет рассмотрен ниже, касается и печатной прессы, и радиовещания, и телевидения. Общественное вещание регулируется в Мали законам и постановлениями о создании государственных органов: ORTM, AMAP, ANCD. Что же касается частного вещания, оно регулируется четырьмя документами:

- Постановление № 92-037 / P-CTSP от 14 мая 1992 года, разрешающее создание частных вещательных служб;
- Постановление № 92-156 / PM-RM от 14 мая 1992 года, определяющее условия и порядок получения, приостановления действий или изъятие разрешения создания частных вещательных служб;
- Межведомственный Приказ № 94-7166 / MCC-MATS от 16 июня 1994 года, фиксирующий технические требования аудиовизуальной коммуникации частных служб;
- Приказ № 95/0331 / MFC-CAB от 16 февраля 1995 года, фиксирующий налоги за частные услуги вещания.

Два органа отвечают за регулирование СМИ в Республике Мали: частное вещание входит в компетенцию Высшего совета коммуникации (CSC), который был создан в 1992 году. CSC консультирует по вопросам гарантии свободы коммуникаций и условий работы коммуникаций, а также все министерские проекты национального значения, влияющие на сектор коммуникаций, в частности для определения малийского варианта в международных переговорах по деятельности, связанной с радиовещанием, работой телевидения и печатных средств массовой информации.

Кроме того, законодательство предусматривает независимые регулирующие органы и принимает во внимание эффективность решения задач, которые стоят перед ними. Функции членов CNEAME несовместимы ни с какой-либо выборной должностью, в то время как те, которые входят в CSC, не могут иметь никаких интересов в медиа или телекоммуникационных компаниях. Требования для избрания высших должностных лиц включают в себя: гражданство Мали, возраст не менее 21 года, человек должен проживать на территории Мали и пользоваться своими гражданскими и политическими правами. Тем не менее, назначение членов обоих органов постановлением Совета Министров, а также выбор должностных лиц, работающих членами в обоих регулирующих органах и совмещающих мандат с обычно выполняемыми ими функциями, выявляют возможность зависимости по отношению к правительству.

Олена Татакі, Ганна Сіренко
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ДОКУМЕНТНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядається документна складова управління персоналом підприємства, виокремлюється організаційно-розпорядча система документації управління персоналом з її уніфікованими підсистемами, підкреслюється, що необхідною умовою підвищення ефективності системи управління персоналом на підприємстві є уніфікація документів.

Ключові слова: *документна складова, управління персоналом, організаційно-розпорядча система документації, уніфікація документів.*

Рассматривается документная составляющая управления персоналом, выделяется организационно-распорядительная система документации управления персоналом с ее унифицированными подсистемами, подчеркивается, что необходимым условием повышения эффективности системы управления персоналом на предприятии является унификация документов.

Ключевые слова: *документная составляющая, управление персоналом, организационно-распорядительная система документации, унификация документов.*

Document considered part of management personnel, singled out organizational and administrative documentation system of personnel management with its standardized subsystems, indicates that a necessary condition for improving the effectiveness of personnel management in the enterprise is standardization documents.

Keywords: *document component, personnel management, organizational and administrative documentation system, standardization of documents.*

Сучасний етап розвитку ринкових відносин характеризується різкою зміною і ускладненням функцій управління, зокрема управління персоналом, що пов'язано з активною інтеграцією нашої держави у світовий економічний простір та зумовлює нові цілі і завдання управління персоналом на підприємстві, особливості прийняття кадрових рішень, роль і значення кадрових служб.

Управління персоналом є одним з основних елементів системи управління підприємством. У свою чергу, однією з найголовніших проблем в системі управління персоналом, на нашу думку, є своєчасне і правильне оформлення усіх змін в кадровому складі, а також підвищення ефективності обробки кадрових документів.

Тобто, для сучасного підприємства технологія роботи з документами повинна нерозривно пов'язуватися з технологією його основної виробничої діяльності, тому документна складова управління персоналом підприємства має задовольняти єдиним правилам

документування (оформлення документів) і єдиному порядку організації руху документів (документообігу).

Дослідженнями проблем управління персоналом та кадрового діловодства займалися такі вітчизняні науковці, як Ю.І. Палеха [5], В.П. Козоріз, Н.І. Лапицька [5], М.Д. Виноградський, С.В. Бєляєва, А.М. Виноградська [1]. Особливої уваги заслуговують роботи В.Г. Спрінсяна [6], які присвячені вивченню документаційного менеджменту у роботі з персоналом.

Складний механізм управління регламентується комплексом організаційно-розпорядчої документації, оскільки він включає такі основні типові операції з документами:

- документування з кадрових питань;
- збір та обробку документної інформації;
- реєстрація, облік і зберігання документів щодо особового складу;
- копіювання і розмноження документів з кадрових питань;
- контроль виконання документів щодо особового складу;
- передача документів по вертикальних і горизонтальних зв'язків.

Зважаючи на те, що управління персоналом є підсистемою управління організацією, можна виокремити *організаційно-розпорядчу систему документації управління персоналом* з такими уніфікованими підсистемами:

- організаційну документацію (статут, положення, правила, інструкції);
- розпорядчу документацію (постанова, наказ, розпорядження рішення);
- довідково-інформаційну документацію (лист, накладна записка, пояснювальна записка, довідка, заява, подання, протокол);
- документацію щодо особового складу (накази по особовому складу, трудовий договір (контракт), особовий листок, картка,

трудова книжка, анкета, автобіографія, рекомендація, пенсійна справа);

- планова документація (планові завдання з кадрових питань, заявки на молодих фахівців, планові розрахунки чисельності, оплати праці, плани підготовки і підвищення кваліфікації персоналу);
- звітно-статистична документація (статистичні звіти по чисельності, балансу робочого часу, зарплатні, продуктивності праці, звільнення працівників);
- документація щодо соціального забезпечення (пенсії, грошові допомоги, пільги, соціальне страхування).

Кожен підрозділ служби управління персоналом розробляє, оформляє і виконує документацію у відповідності до свого функціонального призначення. Більшість цих документів має внутрішній для організації характер, тому порядок роботи з ними визначається внутрішніми положеннями, правилами та інструкціями.

Положення про персонал визначає порядок трудових і кадрових відносин, закріплених в організації, умови трудової діяльності всього складу працівників. У ньому відображуються питання організації діяльності установи, оплати праці працівників; порядок надання відпусток, відрядження, переведення на нове місце роботи і звільнення з роботи, заохочення та дисциплінарного впливу; права та обов'язки працівників і керівництва організації та ряд інших, що мають безпосереднє відношення до управління персоналом.

Положення про персонал розробляється керівними органами організації, за необхідності узгоджується з представниками трудового колективу, підписується заступником керівника і затверджується керівником організації.

З метою регламентації організаційно-правового статусу працівника, його функцій, прав і обов'язків, відповідальності та забезпечення його умовами ефективної роботи організацією видається нормативний правовий акт – *посадова інструкція*, на підставі якої укладається трудовий договір (контракт) з працівником.

Управління документообігом в системі управління персоналом підприємства здійснюється на основі інформаційного обміну та методології інформаційного забезпечення діяльності підприємства. Основними структурними підрозділами системи управління підприємства виступають відділи (відділ кадрів, відділ технічного контролю і т. д.), що безпосередньо забезпечують бізнес-процеси. Інформаційний обмін між відділами та іншими елементами організаційної структури підприємства в більшості випадків забезпечується документами, що циркулюють в системі управління. У зв'язку з цим, завдання сучасного документування діяльності є важливою складовою системи управління персоналом підприємства.

Необхідною умовою підвищення ефективності системи управління персоналом на підприємстві є уніфікація документів, що циркулюють, за формою та змістом. Застосування уніфікованих форм документів в автоматизованих системах призводить, як правило, до зниження прямих витрат на їх заповнення та оформлення і, крім того, дозволяє прискорити підготовку документів, знизити можливість появи помилок і полегшити візуальне сприйняття документів.

Література

1. Виноградський М. Д., Управління персоналом : навч. пос. для ВНЗ [Текст] / М.Д. Виноградський, С.В. Бєляєва, А.М. Виноградська [та ін.]. – К. : ЦУЛ. – 2006. – 500 с.

2. Документне забезпечення управлінської діяльності організацій : навч.-метод. посіб. / уклад. О. В. Попчук ; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. – Рівне, 2012. – 116 с.

3. Козоріз В. П. Загальне і кадрове діловодство / В.П. Козоріз, Н.І. Лапицька. – К., 2002. – 168 с.

4. Палеха Ю. І. Кадрове діловодство (зі зразками сучасних ділових паперів): навч. посіб. / Ю. І. Палеха. – К.: Ліра-К, 2009. – 476 с.

5. Спрінсян В.Г. Документаційний менеджмент у роботі з персоналом
[Електронний ресурс] / В.Г. Спрінсян. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33241/1/092-198-199.pdf

Тетяна Лугова, Наталя Корольчук
Одеськийнаціональний політехнічний університет
Одеса, Україна

СКЛАД ТА ОСОБЛИВОСТІ ВІЙСЬКОВОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ГАЛУЗЕВОГО ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА

У статі описано склад та виявлено особливості військової документації як уніфікованої системи в контексті галузевого документознавства, акцент зроблено на правилах користування службовими документами військової галузі.

***Ключові слова**: військова документація, уніфікована система документації, службові документи, документація з обмеженим доступом, галузеведокументознавство.*

Вступ. Швидкий процес впровадження інформаційних технологій і засобів збору, передачі, зберігання і обробки інформації в усі сфери суспільства відкриває нові горизонти в розвитку виробничої та соціальної сфери. В силу цього обсяг і якість документно-інформаційних ресурсів стають найважливішими показниками рівня розвитку тієї чи іншої держави, її оборонного потенціалу.

Огляд літератури та постановка проблеми. Треба констатувати, що питання документаційного забезпечення військової галузі побіжно розглядалось вченими загалом у контексті військового менеджменту [9 - 13]. Так, вченими охарактеризовано засоби наукового управління в практиці підготовки, прийняття і реалізації управлінських рішень командира та начальника, процеси комунікації у військовій організації [Полікашин], описано особливості реквізиту «Гриф обмеження доступу до документа» у військових документах (наприклад, «Без опублікування в пресі», «Тільки генералам», «Тільки офіцерам штабу», «Тільки офіцерам») [9, 29]. Варто також відзначити єдину на сьогодні та першу в українській історіографії працю І.М. Крутько та С.Ю. Полякова про особливості військового документування та діловодства, в якій розглядаються види, зміст, структура, призначення, функції військових документів, дається їхня

класифікація, визначається специфіка військового документування й організація діловодства у військових частинах та установах [10, 38]. Втім, залишаються відкритими питання щодо особливостей функціонування військової документації як уніфікованої системи в контексті галузевого документознавства, специфіки документаційних потоків у військовій галузі, відсутня й повна класифікація військових документів.

Мета дослідження – описати склад військової документації та виявити її особлиовсті в контексті галузевого документознавства.

Виклад основного матеріалу. І.М. Крутько описує такі групи військової документації, як: організаційно-розпорядча, довідково-інформаційна, фонодокументи та особові офіційні [10, 6]. Очевидно, що військова галузь не обмежується означеними у посібнику видами документів. Причина полягає в тому, що інформація у сфері оборони належить до деравної таємниці, відповідно більшість видів військової документації має гриф секретності - реквізит матеріального носія секретної інформації, що засвідчує ступінь секретності даної інформації [1]. Закон України «Про деравну таємницю» дає таке визначення: «Державна таємниця (далі також - секретна інформація) - вид таємної інформації, що охоплює відомості у сфері оборони, економіки, науки і техніки, зовнішніх відносин, державної безпеки та охорони правопорядку, розголошення яких може завдати шкоди національній безпеці України» [1].

Уявлення про склад військової документації поповнює також Закон України «Про доступ до публічної інформації», в якому зазначається, що інформація, зібрана в процесі оперативно-розшукової, контррозвідувальної діяльності, у сфері оборони країни, і яку не віднесено до державної таємниці, вважається службовою [2]. Тож офіційним джерелом відкритих відомостей про склад та структуру системи військової документації є чинні Закони України [2; 3; 4; 5], Статути ЗСУ [4; 5], Укази Президента [6; 7] та Накази Міноборони

України, особливо «Про затвердження Інструкції з діловодства у Збройних Силах України» [8].

Значну роль грає документація, що забезпечує процеси комунікації у військовій галузі – військова кореспонденція як складова системи довідково-інформаційної документації. Особливості складання та діловодної обробки службової кореспонденції військових частин (канцелярія, стройовий, загальний, адміністративно-господарчий віддили, відділення) розглянуто І.М. Крутько та С.Ю. Поляковим [10].

Висновки. Таким чином, можна констатувати, що військова документація в контексті галузевого документознавства являє собою надскладну багаторівневу систему, більшість військової документації становить державну таємницю, а відтак є мало дослідженою. Склад і структура військової документації визначається специфікою військової галузі характеризується ієрархічністю і засекреченістю.

Список використаних джерел:

1. Про деражвну таємницю [Електронний ресурс]: Закон України від 21.01.1994 № 3855-XII [Чинний, Редакція від 05.01.2017] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1994. - № 16. - С. 93. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3855-12
2. Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс]: Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI [Чинний, редакція від 01.05.2015] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2011. – № 32. – 314 с. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2939-17
3. Про інформацію[Електронний ресурс]: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII [Чинний, редакція від 01.01.2017] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. - № 48. - С. 650. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12
4. Про Статут внутрішньої служби Збройних Сил України [Електронний ресурс]: Закон України, Статут від 24.03.1999 № 548-XIV [Чинний, редакція від 28.12.2015] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1999. - № 22-23. - С. 194. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/548-14

5. Про Дисциплінарний статут Збройних Сил України [Електронний ресурс]: Закон України, Статут від 24.03.1999 № 551-XIV [Чинний, редакція від 05.03.2015] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, N 22-23, ст.197. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/551-14
6. Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації [Електронний ресурс]: Указ Президента України № 547/2011 від 05.05.2011. – Режим доступу:http://www.president.gov.ua/documents
7. Про першочергові заходи щодо забезпечення доступу до публічної інформації в допоміжних органах, створених Президентом України [Електронний ресурс]:Указ Президента України № 548/2011 від 05.05.2011. – Режим доступу:http://www.president.gov.ua/documents
8. Про затвердження Інструкції з діловодства у Збройних Силах України [Електронний ресурс]: Наказ Міністра оборони України № 400 від 11.11.1998 р. – Режим доступу:http://nadoest.com/pro-zatverdjennya-instrukciyi-z-dilovodstva-u-zbrojnih-silah-u
9. Колношенко, О.В. Военно-педагогический менеджмент: сущность и специфика / О.В. Колношенко. – 2007. – 80 с.
10. Крутько, І.М. Військове документування та діловодство : навч. посібник / І.М. Крутько, С.Ю. Поляков. – Х.: Нац. юрид. акад. України, 2003. – 38 с.
11. Полікашин, В.С. Військовий менеджмент : підручник / В.С. Полікашин. – К. : Національна академія оборони України, 2006. – 321 с.
12. Поликашин, В.С. Обоснование основних категорій военного менеджмента / В.С. Поликашин, Ю.В. Поликашин, С.Ю. Поляков. – Харків, 2011. – 159 с.
13. Полікашин, В.С. Основи управління і прийняття рішень у військовій справі : навч. посіб. / В.С. Полікашин, Ю.В. Полікашин, С.Ю. Поляков. – Х. :Нац. юрид. акад. України, 2003. – 120 с.

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНІХ ПРОЦЕСІВ

Андрей Третьяков
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления,
Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

ВКЛАД И. И. КОМАРОВОЙ В ТЕОРИЮ И ПРАКТИКУ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ

Анотація. *У даній статті зроблена спроба акцентувати увагу автора на визначного вченого, педагога і практиці сфери освіти, науки, культури і комунікації І. І. Комарової та її внесок в теорію і практику інформатизації освіти та інформаційного забезпечення освітньої сфери. Описано біобібліографічний покажчик вченого. Виявлено тренди вкладу І. І. Комарової в дану область.*

Ключові слова. *Інформатизація освіти, інформаційне забезпечення освітньої сфери, І. І. Комарова, біобібліографічний покажчик, інновація.*

Аннотация. *В данной статье предпринята попытка акцентировать внимание автора на выдающемся учёном, педагоге и практике сферы образования, науки, культуры и коммуникации И. И. Комаровой и её вкладе в теорию и практику информатизации образования и информационного обеспечения образовательной сферы.*

Описан биобиблиографический указатель учёного. Выявлены тренды вклада И. И. Комаровой в рассматриваемую область.

Ключевые слова. *Информатизация образования, информационное обеспечение образовательной сферы, И. И. Комарова, биобиблиографический указатель, инновация.*

Annotation. *In this article, an attempt is made to focus the author's attention on the outstanding scientist, teacher and practice of education, science, culture and communication I. I. Komarova and her contribution to the theory and practice of informatization of education and information support of the educational sphere. A biobibliographic index of the scientist is described. The trends of I. I. Komarova contribution to the region are revealed.*

Keywords. *Informatization of education, information support of the educational sphere, I. I. Komarova, biobibliographic index, innovation.*

В современной теории образования отмечается одна из центральных педагогических проблем, отражающая противоречие между массовым характером образования, охватывающим обучающихся различных способностей, и возрастающими требованиями к качеству образования, его процессу и результатам. Проблемы управления качеством в условиях информатизации общего образования становятся реальным «механизмом» разработки складывающейся информационной методики, в которой происходит междисциплинарный синтез разных наук, обеспечивающий обоснованное прогнозирование путей построения национальной образовательной политики, выявление приоритетов развития образования на определённых этапах развития общества. Решение проблем качества общего образования, совершенствования педагогических информационных технологий в школе вызывает

наименьшую удовлетворённость как учителей, так и обучающихся. Высокую потребность в разработке научно-методического обеспечения и комплекса дидактических средств к новым учебным курсам и программам испытывают все учителя. В тоже время проблема информационных технологий обучения и её различные методические аспекты имеют недостаточную научную разработку, о чём свидетельствует ряд современных публикаций в данной области. Рассматривая опыт информатизации общего образования как практическую реализацию идей, концепций, проектов и моделей общего образования, можно выделить направление эффективного использования разработанных теорий, методических рекомендаций и инноваций (принципиально новых решений проблем образования). Для анализа опыта обычно используются два подхода: проблемный (то, каким образом опыт помогает разрешению конкретной проблемы или решению той или иной задачи в определённых условиях) и системный (влияние опыта на преобразования в целостной образовательной системе) [1, 2, 3].

Описанные выше проблемы поднимаются и выдающимся учёным, педагогом, историком, архитектором, специалистом-практиком сферы образования, науки, культуры и коммуникации, кандидатом исторических наук, ведущим научным сотрудником Совета по изучению производительных сил Всероссийской академии внешней торговли, членом рабочей группы по развитию информационного общества в России Общественной палаты Российской Федерации Ириной Ильиничной Комаровой.

Автором данной статьи создан биобиблиографический указатель «Ирина Ильинична Комарова: биобиблиографический указатель трудов с 1985 по 2015 гг.», приуроченный к юбилею И. И. Комаровой и выпущенный в свет в 2016 году столичным издательством «Зимородок» [5].

Персональный библиографический указатель российского педагога, учёного в области архитектуры и дошкольного воспитания, и образования Ирины Ильиничны Комаровой отражает результаты её научной и педагогической деятельности, опубликованные в период с 1985 по 2015 гг. Содержит библиографические описания около 400 документов на русском и иностранных языках.

Биобиблиографический указатель И. И. Комаровой полезен теоретикам и практикам дошкольного и школьного образования, занимающимся эстетическим и духовным развитием дошкольников, а также лицам, научные интересы которых включают историю, методику педагогики, социокультурное проектирование и архитектурную науку.

Достаточно широкий диапазон творчества И. И. Комаровой определил структуру и специфику указателя, который имеет ряд разделов, которые позволяют проследить в хронологическом порядке развитие и становление научно-практического мировоззрения учёного. В нём впервые отражена (по разделам) редакторская, составительская, научная деятельность И. И. Комаровой. Работу с данным изданием облегчает наличие именного указателя, указателя названий монографий, сборников, журналов, в которых опубликованы работы И. И. Комаровой.

Отметим периодизацию научного и творческого пути И. И. Комаровой:

- Первый период – история архитектуры, общественные организации науки, информатизация архитектуры и градостроительства (1980−1990-е гг.);
- Второй период – издательская деятельность (1990−2000-е гг.);

- Третий период – образовательные системы, информатизация системы образования и работа над сетевыми ресурсами (2000−2010-е гг.);
- Четвёртый период – инновационная экономика, социально-экономические проблемы регионального развития и системные проекты (с 2010 г. по настоящее время).

Одним из знаковых изданий, касающихся образовательной сферы явилось выход в свет публикации «Образовательная информация в государственных интернет-ресурсах. Результаты исследования веб-сайтов органоввласти регионального и муниципального уровней». Объектом исследования является степень освещения вопросов, касающихся сферы образования, на государственных сайтах регионального, субъектового и муниципального уровней. Целью исследования было выявление реальных процессов, происходящих в сфере образования, и степени участия в них местных администраций. В ходе работы были проанализированы сайты 88 субъектов Федерации. Анализировались также сайты министерств по делам молодёжи, науки и т. п., если они в каком-либо регионе были выделены в отдельный орган. Всего было отобрано и изучено около 240 сайтов. На сегодняшний день данный ресурс востребован специалистами и аналитиками из сферы образования и науки [4].

Итак, при составлении биобиблиографического указателя И. И. Комаровой нами были все публикации учёного распределены на разделы. В данной работы мы только остановимся на разделе «Образование». Речь о других компонентах пойдёт в дальнейших работах автора данной статьи.

Нами было выявлено 39 статей И. И. Комаровой по вопросам образования. Приведём лишь некоторые названия, которые отражают весомый вклад в теорию и практику информатизации образования и информационного обеспечения образовательной сферы: Дети младшего возраста и информационные технологии; Диагностика интеллектуальных и творческих способностей личности;

Дистанционное обучение: мировой опыт; Дошкольное образование в Мангейме (Германия); Ещё об архитектурно-строительном образовании; Информационно-коммуникационные технологии в дошкольном образовании; Обзор зарубежных исследований по проблеме влияния информационно-коммуникационных технологий на дошкольников за 50 лет; Организационно-педагогические основы информатизации системы образования: страницы истории; Роль общественных объединений в развитии образования в России; Федерация интернет-образования и её филиалы; Электронные ресурсы дошкольного образования; Экономика знаний – это экономика инвестиций в образование и ряд множества других.

Надо сказать, что в Общественной палате Российской Федерации не раз проходили обсуждения крупных информационных проектов, инициированных И. И. Комаровой: «Виртуальный детский сад», «Одарённый ребенок». Эти проекты впоследствии были поддержаны Агентством стратегических инициатив и тиражированы в регионах.

Таким образом, мы видим, что вклад И. И. Комаровой в теорию и практику информатизации образования и информационного обеспечения образовательной сферы достаточно важен и необходимо организационно-функциональный подход к более подробному рассмотрению данного вопроса.

Литература

1. Комарова И. И. Дети младшего возраста и информационные технологии / И. И. Комарова, Т. С. Комарова // Педагогика. – 2011. – № 8. – С. 59–69.
2. Комарова И. И. Информационно-коммуникационные технологии в дошкольном образовании: пособие для педагогов дошкольных учреждений, специалистов методических и ресурсных центров, работников органов управления образованием / И. И. Комарова, А. В. Туликов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Мозаика-Синтез, 2013. – 184 с. – (Библиотека программы «От рождения до школы»), (Современный образовательный стандарт).

3. Комарова И. И. Образовательная информация в государственных интернет-ресурсах: результаты исследования веб-сайтов органов власти регионального и муниципального уровней / И. И. Комарова. – Москва: МОО «Информация для всех», 2008. – 49 с.
4. Образование для процветания / И. И. Комарова [и др.]. – Москва: Агентство стратегических инициатив, 2014. – 320 с.
5. Третьяков А. Л. Ирина Ильинична Комарова: биобиблиогр. указ. трудов с 1985 по 2015 г. / авт.-сост.: А. Л. Третьяков. – Москва: Зимородок, 2016. – 114 с. – (Учёные-педагоги).

УДК 167.2:378.147

Тетяна Коляда-Березовська,
Альона Удовицька
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОД НАВЧАННЯ ФАХОВІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Висвітлено результати аналізу семантики ключових терміноодиниць документно-інфомаційної сфери діяльності. Підкреслено важливість наведеного методу вивчення термінів для визначення ступеня їх неоднорідності і встановлення інноваційного потенціалу документознавчої термінології.

Ключові слова: *аналіз та синтез, документна комунікація, аналіз інформації, інформаційний аналіз, реферативний аналіз, інформаційний документ.*

Представлены результаты анализа семантики ключевых терминоедениц документно-информационной сферы деятельности. Подчёркнута важность названого метода изучения терминов для

установления степени их неопределённости и осознания инновационного потенциала документоведческой терминологии.

Ключевые слова: *анализ и синтез, документная коммуникация, анализ информации, информационный анализ, реферативный анализ, информационный документ.*

The article presents the results of the analysis semantics of key terms information sphere of activity. The importance of the comparative method of studying the conditions for establishing the degree of uncertainty and the realization of innovative potential of terminology

Keywords: *analysis and synthesis, communication, information analysis, informational analysis, analysis of abstracts, the information document.*

З формуванням фахової компетентності майбутніх документознавців, зокрема, її аналітичної складової як визначника рівня сформованості, закономірно пов'язаний семантичний аспект вивчення й практичного застосування термінолексем документознавчої тематики. Тому необхідність компаративного аналізу семантики мовних одиниць фахового спрямування є *актуальною* освітньо-дидактичною *проблемою*.

Досконале знання понять, що складають термінологічний портфель фахівця, – результат методичної дослідницької роботи щодо вивчення явищ синонімії, омонімії, інтерференції мовних одиниць, наприклад, таких, як «офіційний документ» та «службовий документ» [1], «вторинний документ» та «інформаційний документ», «наукова обробка документів» та «аналітико-синтетична обробка документів», «інформаційний фахівець» та «інформаційний менеджер» тощо. Дослідження в процесі навчання терміноодиниць та їх динамічних моделей дає можливість розглядати відношення між мовною семантикою та сприйняттям і усвідомленням студентами просторових параметрів світу, які вербалізуються термінологічно, зміни у тлумаченні термінів відповідно до нового розуміння явищ, що

демонструє адаптованість фахової термінології до соціально-економічних перетворень [2]. Трансформаційні процеси позначаються також на терміносистемі документознавства.

Мета даної статті – компаративний розгляд понять "аналіз інформації" та "інформаційний аналіз", оскільки дослідження у будь-якій науковій галузі потребують семантико-аналітичного підходу, що застосовний при описі семантичної структури термінів конкретної галузі, які називають компоненти діяльнісних ситуацій.

Аналіз (гр. *analysis* – розклад, розчленування) як загальнонауковий метод дослідження, діалектично пов'язаний з методом синтезу (гр. *synthesis* – об`єднання, поєднання, складання), є базисом процесу аналітико-синтетичного опрацювання первинних документів (див. Рис. 1).

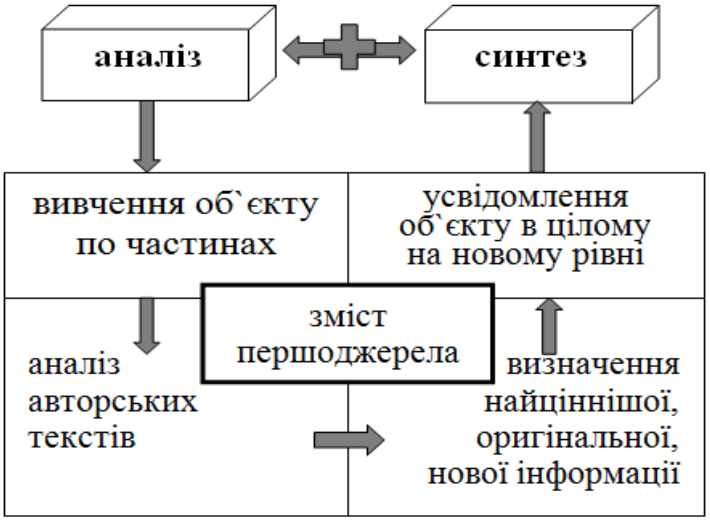


Рис. 1. Аналітико-синтетичне опрацювання первинних документів = "інформаційний аналіз"

Аналіз і синтез як початкова й кінцева фази діяльності науковця (в нашому варіанті – документознавця-аналітика) об’єднані ще однією ланкою – етапом інтерпретації інформації, що міститься у тексті первинного документа/першоджерела. У цьому зв’язку важливого значення набуває метод комплексного аналізу й синтезу, що ґрунтується на принципі віддзеркалення: характерні ознаки, які виявлені в ході аналізу ключових найменувань і структури первинного

тексту, мають бути адекватно відтворені при синтезі вторинного тексту.

У фокусі нашої уваги – сфера соціальної комунікації, у межах якої ми виокремлюємо *інформаційний аналіз* як ключовий термін для позначення специфічного типу діяльності – документно-аналітичної в межах документної комунікації (див. Рис. 2).

Рис. 2. Місце і роль інформаційного аналізу в дослідницькій діяльності

Документно-аналітична діяльність інформаційного фахівця є включеною до безмежного, наслідувального, не лінійного процесу пізнання, що дає підстави для інтерпретації її як резонансної системи, в якій вчений-аналітик є суб'єктом і нового знання, і автором нового – вторинного тексту/документу з *реферативною* інформацією. Інформацією, що є наслідком пізнавально-критичного ставлення аналітика-документознавця до «старого» знання, проте не до будь-якого «старого», а лише до того, в результаті резонансу з яким *нове* підноситься на більш високий рівень, а отже продукт такого резонансу – *інформаційний документ* – має мати високий ступінь новизни і значущості для наукового соціуму.

За визначенням, що містить Закон України «Про інформацію», «інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному

вигляді» [3]. Аналіз інформації здійснюється з метою визначення, з'ясування, розкриття *якісного* аспекту інформації за певними критеріями, як це наведено на Рис. 3.

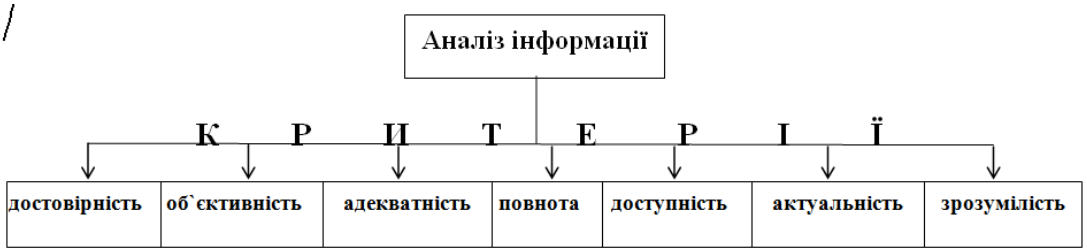


Рис. 3 Критерії аналізу інформації

Завданням професійної інформаційної діяльності є, передусім, здійснення аналізу текстової інформації з наступним *інформаційним аналізом* першоджерела в цілому. Унормованість наукової галузевої термінології з рубрики «Інформація та документація» представлена системою чинних стандартів. Так, за ДСТУ 5034-2008 «інформаційний аналіз – це вивчення документів і визначення обсягу сформованої й використовуваної інформації, а також розроблення схеми документообігу та моделі інформаційних зв'язків» [4;11]. шляхом наукової обробки документа (НОД), у ході якої реалізується *стиснення, згортання інформації, смислова компресія* змістовної складової первинного документа. Це зумовлено проблемою результативності пошуку інформації серед існуючих документів та оперативного ознайомлення з нею користувачів (Див. Рис. 4).

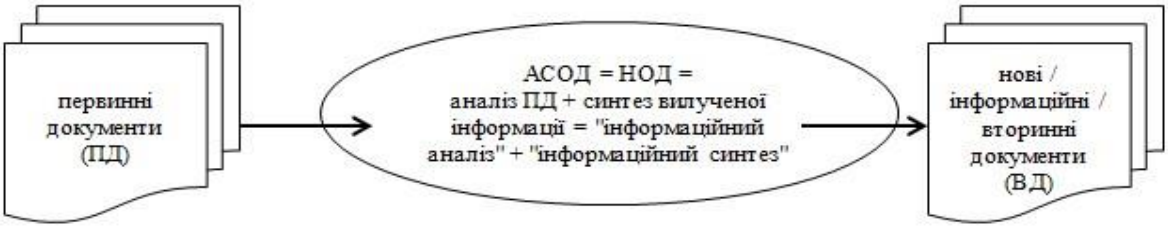


Рис. 4. Процес створення інформаційних документів

У рамках процесу реферування синонімом до *інформаційного аналізу* виступає *реферативний аналіз*, тобто поглиблений аналіз змісту первинних документів, який здійснюється на другому, аналітичному, етапі реферування, що починається з реферативного

читання, якому передує перший, ознайомлювальний, етап. Метою такого аналізу є виявлення *нової, цінної, головної, актуальної, важливої, вагомої, неординарної інформації,* нового знання та ідей. На наступному етапі здійснюється реферативний або інформаційний синтез вилученої інформації, а отже перехід до реферативного викладу, на виході з якого створюються реферативні документи, в яких коротко наведені основні відомості про зміст і формальні ознаки первинного документу (Див. Рис. 5).

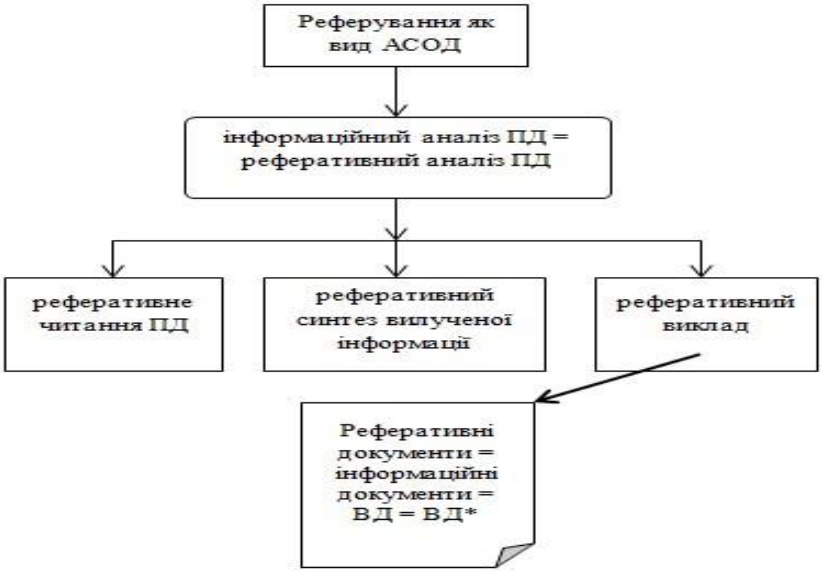


Рис. 5 Процес реферування = інформаційного аналізу. ВД* – відібрані дані

На наше переконання, у процесі наукової обробки документів досліджувані поняття виступають контекстуальними синонімами з притаманними їм смисловими відтінками. Наприклад, журналіст, готуючи матеріали для публікацій, інформаційний аналітик – під час підготовки вторинних/інформаційних документів, працюючи з першоджерелами і відштовхуючись від аналізу інформації, виконує процедуру інформаційного аналізу, тобто створює власний, інтерпретативний документ.

Отже, під час аналізу інформації реалізується авторське бачення проблеми; метою й результатом інформаційного аналізу є інформаційні документи, зміст яких скомпресований за рахунок усунення надлишкової інформації й визначення нового знання, представлення

його на більш високому, вторинному рівні. Інформаційні / вторинні документи є інтегральними *моделями* першоджерел, їхніми своєрідними проекціями, скерованими на збереження читацького призначення й задоволення інформаційних потреб.

Таким чином, компаративний аналіз семантики ключових терміноодиниць сприяє реалізації і освітнього завдання, і наукового прагнення до визначення ступеня неоднорідності, відкритості, незалежності кодифікованої системи конкретної фахової термінології та її здатності до необхідних змін у відповідь на соціальні виклики.

Література

1. Грані документознавчої термінології: поняття "офіційний документ" та "службовий документ" / Т.Л. Бірюкова, Т.Ф. Коляда-Березовська // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 11-13 вересня 2008 р. / Редкол.: Н.Р. Барабанова, Ю.А. Грушевська, Т.Ф. Коляда-Березовська та ін.– О. : Друк, 2008.– С. 58-60.
2. Термінологічна грамотність студентів як показник фахової підготовки / Т.Ф. Коляда-Березовська // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 11-13 вересня 2008 р. / Редкол.: Н.Р. Барабанова, Ю.А. Грушевська, Т.Ф. Коляда-Березовська та ін.– О. : Друк, 2008.– С. 50-53.
3. Про інформацію [Електрон. ресурс]: Закон України // Відомості Верховної Ради України.– 1992.– N 48.– С.650.– Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12.
4. ДСТУ 5034:2008. Інформація і документація. Науково-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять. – Чинний з 2009.01.01. – К.: Держспоживстандарт України, 2009. – 41с.

Наталія Якименко
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка,
м. Полтава, Україна

ПОЄДНАННЯ ДИДАКТИЧНОГО РЕСУРСУ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ І ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ФАХОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ

Анотація: *проаналізовано можливість використання дидактичного ресурсу системи дистанційного навчання й медіатехнологій у процесі формування фахової компетентності майбутнього документознавця.*

Ключові слова: *дидактичний ресурс медіатехнологій, дистанційне навчання, фахова компетентність.*

Аннотация*: проанализирована возможность использования дидактического ресурса системы дистанционного обучения и медиатехнологий в процессе формирования профессиональной компетентности будущего документоведа.*

Ключевые слова: *дидактический ресурс медиатехнологий, дистанционное обучение, профессиональная компетентность.*

Annotation*: The possibility of using didactic resource system of distance learning and media technologies in shaping of professional competence of the future specialist of documentation was analyzed.*

Keywords: *didactic resource of media technologies, distance learning, professional competence.*

До професійних обов’язків фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи належить створення, пошук, формування, оброблення, зберігання інформаційних ресурсів не лише спродукованих у процесі власної діяльності, а й отриманих з Internt-мережі, радіо-, телеефіру, друкованих та інтернет-видань. Тому, на наш погляд, є актуальним використання дидактичного ресурсу

медіатехнологій у процесі очного й дистанційного навчання майбутніх фахівців сфери документно-інформаційної діяльності. Адже медіасередовище є однією зі сфер професійних інтересів документознавця.

Науковці слушно наголошують, що одним із факторів, що визначає зміни в сучасній освіті є зростаючий вплив зовнішнього медіасередовища, а серед найвідчутніших складників інформаційного середовища є медіакомунікація [1, с. 8]. Медіасередовище теоретики потрактовують як сукупність умов, що забезпечують здійснення навчальної діяльності з інформаційним ресурсом якої-небудь предметної області на базі інтерактивних засобів інформаційних і комунікативних технологій, інформаційну взаємодію між студентами та засобами інформаційно-комунікативних технологій, які взаємодіють з ним як з суб'єктом інформаційного спілкування і особистістю. [6, с. 111]. А. Хуторський виокремлює найбільш суттєві аспекти медіаосвіти: пошук потрібної інформації в різних джерелах; установлення зв'язків між інформаційними джерелами; виділення головного в інформаційному повідомленні; виокремлення необхідних даних, їх систематизація; розуміння спрямованості інформаційного потоку, мети комунікації; виявлення помилок, які спотворюють одержану інформацію; сприйняття й розуміння різних поглядів на одне повідомлення; створення власних аргументованих висловлювань стосовно повідомлення; складання рецензій на інформаційні повідомлення; перетворення одного виду інформації на інший (скажімо, вербальну на візуальну); оволодіння інструментарієм роботи з інформацією [9].

Ми переконані, що поєднання дидактичного потенціалу медіасередовища й дистанційного навчання створює сприятливі умови для формування та розвитку фахової компетентності, підвищення рівня медіакультури майбутніх документознавців. Адже через посередництво платформи дистанційного навчання й медіакомунікативну взаємодію відбувається засвоєння фахово орієнтованого навчального матеріалу, оволодіння медіальними

засобами спілкування в межах соціальних норм, формуються вміння будувати медіатизоване спілкування і т.п. Такі комунікативні моделі можна продуктивно засвоїти, опрацьовуючи навчальний матеріал у режимі дистанційного навчання.

Науково-методичне забезпечення дистанційного навчання включає: критерії, засоби й системи контролю якості дистанційного навчання; дидактичне й методичне забезпечення дистанційних курсів; методики розроблення, апробації та впровадження дистанційних курсів [8]. У власній педагогічній діяльності ми практикуємо створення електронних хрестоматій, що містять оцифровані підручники, статті, інші публікації, мета яких – сприяти формуванню фахових знань і навичок майбутнього документознавця.

Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» основними видами навчальних занять у вищих навчальних закладах є: лекція; лабораторне, практичне, семінарське, індивідуальне заняття; консультація. [3] При цьому, як слушно наголошено в монографії [2], створюючи дистанційні курси «слід пам’ятати, що організаційні форми навчання впливають на ефективність зворотного зв’язку» [2, с. 26]. На думку вчених, бажаним складником теоретичного матеріалу для дистанційних курсів є відео-, аудіолекції, презентації, мультимедійні демонстрації; довідкові матеріали. [4, с. 46]. Цей перелік слушно доповнити ресурсом медіатехнологій, які активізують навчально-пізнавальну діяльність студента й методичну роботу викладача.

Система контролю знань є обов’язковим елементом навчального процесу. Зважаючи на мотивацію й самоорганізацію студента, який навчається в режимі дистанційного навчання, домінуючою формою контролю стає самоконтроль, а основною формою вхідного, поточного й підсумкового контролю – тестування, проте його можна урізноманітнити створенням творчого медіапродукту: презентацій, відеороликів тощо. Проблема надання дидактико-методичним комплексам, що забезпечують функціонування дистанційних курсів, особистісно орієнтованої й компетентнісної спрямованості

розв'язується впровадженням багатофункціональних індивідуальних завдань, які дають змогу врахувати множинність вимог особистісно орієнтованої організації дистанційного навчання й досягти реалізації компетентнісного підходу. Так, в процесі вивчення дисципліни «Основи іміджології», ми пропонуємо студентам напряму «Документознавство та інформаційна діяльність» підготувати в рамках індивідуального творчого завдання імідж-презентацію майбутньої професії у вигляді відеоролика чи у форматі PowerPoint. Така форма роботи спирається на імітаційне моделювання, метод проектів, дослідницький метод і медіатехнології, при цьому, як слушно зауважує Є. С. Полат [7], змінюється позиція вчителя: із носія готових знань він перетворюється в організатора пізнавальної, дослідницької діяльності … змінюється й психологічний клімат… діяльність переходить із навчально-виховної в дослідницьку, пошукову, творчу.

Технологія дистанційного навчання дає змогу забезпечити виконання головних завдань медіа-освіти, що полягають у сприянні формуванню*:*

– медіа-імунітету особистості, який наділяє її здатністю протистояти агресивному медіа-середовищу, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіа-обізнаність, уміння обирати відповідну інформацію, уникати інформаційного «сміття»;

– рефлексії і критичного мислення як психологічних механізмів медіа-грамотності, що забезпечують свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування в медіапросторі й осмислення власних медіа-потреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту і форми інформації, її повноцінного критичного тлумачення;

– здатності до медіатворчості для компетентного і здорового самовираження особистості, реалізації її життєвих завдань, покращення якості міжособистісної комунікації в значущих для особистості спільнотах;

– спеціалізованих аспектів медіа-культури: візуальної медіа-культури (сприймання кіно, телебачення), музичної медіа-культури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, та сучасних напрямів медіа-арту тощо [5, с. 4].

Поєднання дистанційного навчання й медіаосвіти, на наш погляд, – запорука формування фахової компетентності майбутніх документознавців, підвищення рівня медіаграмотності, вміння самостійно створювати, відібрати, адекватно сприймати, обробляти, інтерпретувати інформацію в процесі професійної діяльності, в тому числі зі ЗМІ, а також оволодіти способами спілкування за допомогою мас-медіа.

Література

1. Бондаренко О. А. Технології медіа-освіти в сучасній школі / О. А. Бондаренко // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка. – 2013. – № 3. – С. 8 – 14.
2. Дистанційне навчання: психологічні засади : монографія / М. Л. Смульсон, Ю. І. Машбиць, М. І. Жалдак та ін.; за ред. М. Л. Смульсон. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012. – 240с.
3. Закон України «Про вищу освіту» http://www.osvita.org.ua/pravo/law_05/part_03.html
4. Інформаційне, методичне та організаційне забезпечення дистанційного навчання у вищих навчальних закладах України : монографія / М. П. Мазур, Ю. О. Зубань, С. А. Іванець, В. О. Любчак. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – 152 с.
5. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні: основні принципи, пріоритетні напрямки, форми і умови реалізації Концепції // Освіта. – 2010. – № 32. – 7 липня-14 липня. – С. 3 – 4.
6. Коротнюк О. О. Вплив медіа-середовища на розвиток медіа-комунікативної компетентності майбутніх вчителів початкових класів / О. О. Коротнюк // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова.

Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. – 2011. – Випуск 28. – С. 108 – 112.

7. Полат Е. С. Метод проектов [Эл. ресурс] / Е. С. Полат. – Режим доступа : http://wiki.kspu.kr.ua/index.php

8. Положенням про дистанційне навчання http://vnz.org.ua/dystantsijna-osvita/polozhennja-kmu?start=7

9. Хуторской А. Современная дидактика / А. Хуторской. – СПб. : Питер, 2001. – 536 с.

Андрей Третьяков
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления
Санкт-Петербургский государственный институт культуры, Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

ОРГАНИЗАЦИЯ БИОБИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ УКАЗАТЕЛЕЙ И БАЗ ДАННЫХ УЧЁНЫХ-ПЕДАГОГОВ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Анотація. *У даній статті автором розглядається організація біобібліографічних покажчиків і баз даних вчених-педагогів. Описана необхідність створення даних покажчиків і баз даних в умовах сучасної освітньої парадигми. Акцентується увага на створенні бази даних праць професора Т. С. Комарової.*

Ключові слова. *Біобібліографічна покажчик, база даних, інформаційно-освітній процес, освітня організація, Т. С. Комарова.*

Аннотация. *В данной статье автором рассматривается организация биобиблиографических указателей и баз данных учёных-педагогов. Описана необходимость создания данных указателей и баз*

данных в условиях современной образовательной парадигмы. Акцентируется внимание на создании базы данных трудов профессора Т. С. Комаровой.

Ключевые слова. *Биобиблиографическая указатель, база данных, информационно-образовательный процесс, образовательная организация, Т. С. Комарова.*

Annotation. *In this article, the author considers the organization of biobibliographic indexes and databases of scientists and educators. The necessity of creation of data of pointers and databases in the conditions of the modern educational paradigm is described. Attention is focused on the creation of a database of works by Professor T. S. Komarova.*

Keywords. *Biobibliographic index, database, information and educational process, educational organization, T. S. Komarova.*

Реформирование системы российского образования влечёт за собой и адаптацию педагога к современным требованиям, выдвигаемым Федеральными государственными образовательными стандартами, Государственной программой «Развитие образования на 2013-2020 годы», федеральным законом от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2015 г.) «Об образовании в Российской Федерации», а также Федеральной целевой программой развития образования на 2016-2020 годы и ряда других.

Возрос интерес учителей к библиографической информации, в том числе к биобиблиографической информации, касающейся учёных-педагогов. Как указывает «Библиотечная энциклопедия», «биобиблиография является одной из самых старых разновидностей библиографии, которая совмещает библиографические сведения с библиографической информацией» [1, 2]. Отличительной чертой биобиблиографии является перемещение, переплетение в ней сведений историко-литературного и краеведческого характера, которые возникли ранее самой библиографии.

Биобиблиографическое пособие, как правило, содержит три основных элемента – обширную биографическую справку о жизни и

деятельности лица, которому посвящено пособие; списка его трудов; литература о данной персоне.

Одно из первых персональных биобиблиографических пособий было посвящено в качестве некролога А. И. Гильденштедту, члену академии наук, профессору натуральной истории в 1781 году.

В целом, XVIII век можно охарактеризовать как время расцвета биобиблиографических изданий. Например, в России в это время издавались – «Книжный каталог произведений писателей, которые в своих книгах изображали политическую и церковную историю России» (1736 г.) и «Опыт исторического словаря о российских писателях» (1772 г.).

В то же время за рубежом, например, в Германии (Лейпциг) вышло в свет самое большое биобиблиографическое пособие – «Всеобщий лексикон учёных» («Allgemeines Gelehrten Lexicon») в 1732 году. В дальнейшем данное пособие дважды дополнялось и в результате состояло из десяти томов – четырёх основных и шести дополнительных. Словарь включал сведения различных стран и исторических эпох. При описании персон акцент делался на биографические сведения.

В XIX веке биобиблиографические издания были представлены словарями. Словари выпускали Е. А. Болховитинов, Г. Н. Геннади, Д. Д. Языков, С. А. Венгеров и др.

В 1930-е годы стали выходить биобиблиографические указатели, посвящённые тем или иным специалистам, например, учёным Московского университета.

В 1990-е годы различные организации стали выпускать значительное количество различных биобиблиографических изданий различных жанров. Биобиблиографические издания стали выпускать Российская национальная библиотека, Институт востоковедения РАН и др.

В этот же период начинают создаваться электронные биобиблиографические базы данных Российской государственной

библиотекой, Государственной публичной научно-технической библиотекой России и др.

Биобиблиографическая продукция имеет саму разнообразную тематику, но, к сожалению, издаётся небольшими тиражами, и, соответственно попадают далеко не в каждую библиотеку, а также практически не встречаются в школьных библиотеках.

На рубеже XX – XXI вв. продолжают создаваться биобиблиографические пособия разных жанров и выполненные на различных носителях, в том числе, в тех или иных АИБС, в качестве локальных или сетевых электронных ресурсов, в традиционном печатном виде.

Одновременно с этим, можно утверждать, что баз данных, именно учёных-педагогов, встречаются крайне редко и носят сугубо региональный характер, то есть это база данных учителей-новаторов, директоров года, то есть база данных, не имеющая большого значения для педагогов с других территорий.

Однако те немногие биобиблиографические работы, которые встречаются по учёным-педагогам, в основном, реализованы как биобиблиографические базы данных.

Библиотечная энциклопедия термин «база данных» определяет, как «совокупность структурированных данных, записанных на машиночитаемом носителе информации по общим правилам их описания, хранения и использования, предназначенная для оперативного решения разнородных задач в процессе удовлетворения информационных потребностей пользователей» [3, 4].

Необходимо отметить, что по мере развития баз данных как формы организации информации у разных специалистов появляются разные мнения и о том, что такое база данных, и о том, как она должна быть организована. Приведём фрагмент анализа мнения различных учёных по поводу баз данных. В целом анализ был использован для разработки собственного определения биобиблиографической базы данных учёных-педагогов.

Биобиблиографическая база данных учёного-педагога – это совокупность биографических данных учёного-педагога, в том числе, содержащая данные о его пути как практикующего педагога и учёного-теоретика; сведения, опубликованные о данной персоне; совокупность библиографических записей, характеризующих определённый этап или полные сведения об изданиях учёного-педагога. Кроме того, биобиблиографическая база данных учёного-педагога включает различные указатели, в том числе, именной указатель соавторов учёного-педагога, предметный указатель, указатель диссертаций, выполненных под руководством данного учёного-педагога, анализ цитируемости, выполненной по использованию идей учёного-педагога в качестве методологической базы или одной идеи диссертаций разного уровня. Наряду с этим также могут быть представлены библиометрические данные о публикационной активности учёного-педагога, издательствах и организациях, в которых были опубликованы его труды. Кроме того, биобиблиографическая база данных учёного-педагога может включать отдельный блок материалов, созданных учёным-педагогом. Например, аннотированный учебно-методический комплекс или серию каких-либо работ.

Данное определение содержит максимальный, на наш взгляд, перечень данных, которые могут варьироваться от целевого назначения читательской аудитории, которая будет пользоваться данной биобиблиографической базы данных учёного-педагога, а также от основной проблематики работ учёного-педагога и её актуальности на момент создания биобиблиографической базы данных учёного-педагога.

Отбор материалов для биобиблиографических баз данных учёных-педагогов начинается с выявления документов по каталогам и картотекам. Выявленные документы заносятся в базу данных. Дальнейшая работа по выявлению документов ведётся по библиографическим источникам: Книги России; Статьи из российских журналов; Статьи из российских газет; Рецензии из российских изданий.

Предметом такой работы является вопрос о создании биобиблиографической базе данных учёного-педагога, профессора Тамары Семёновны Комаровой.

Для библиографического уточнения используются географические сведения об учёном, личные списки учёного. Осуществляется просмотр литературы, то есть тех изданий, где автор не вынесен на титульный лист и, в случае, если работа помещена в «Трудах…», сборниках научных работ, материалов совещаний и конференций. Помимо этого, используются ретроспективные тематические библиографические указатели, в которых потенциально могут быть труды учёного [5, 6, 7].

Специфика труда учёного-педагога заключается в сочетании теоретической и обширной учебной деятельности, так как педагогический труд учёного-педагога может протекать не только в вузе и школе, но и в дошкольной образовательной организации, которая, как правило, имеет низкую публикационную активность. Для полноты сбора сведений именно о практической деятельности учёного-педагога необходим дополнительный просмотр неопубликованных малотиражных материалов, которые создаются школами и дошкольными образовательными организациям, и, как правило, биобиблиографические указатели к ним не попадают. Это обстоятельство необходимо учитывать при подготовке полей для баз данных, то есть в биобиблиографической базе данных учёного-педагога должно быть поле, отражающее название и номер образовательной организации, с которым связан учёный-педагог, и возможность привязать полнотекстовые издания данных образовательных организаций, имеющие отношение к учёному-педагогу.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при поиске материалов нужно учитывать специфику издательской политики тех организаций, в которых работают специалисты, чья биобиблиография составляется [8, 9].

Итак, рассматриваемой в статье вопрос должен быть рассмотрен на совершенно другом уровне, в том числе в ряде исследований и организации банка данных по данному направлению.

Литература

1. Бахтина Е. В. Библиотековед, педагог и общественный деятель В. Ф. Сахаров (1901-1986): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 05.25.03 / Е. В. Бахтина. – Санкт-Петербург, 2014. – 22 с.
2. Библиотечная энциклопедия / Рос. гос. б-ка. – Москва: Пашков дом, 2007. – 1300 с.: ил.
3. Комарова Т. С. Формирование графических навыков у школьников / Т. С. Комарова. – Москва: Просвещение, 1970. − 106 с.
4. Образование для процветания / И. И. Комарова [и др.]. – Москва: Агентство стратегических инициатив, 2014. – 320 с.
5. Третьяков А. Л. База данных «Учёные-педагоги» − новая информационная потребность школьных библиотекарей и учителей / О. Р. Старовойтова, А. Л. Третьяков // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації: зб. Матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 19-20 березня 2015 р. / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. – Одеса, 2015. – С. 152-156.
6. Третьяков А. Л. Биобиблиографический указатель как отражение эффективности научной деятельности учёного: на примере указателя работ педагога Т. С. Комаровой / А. Л. Третьяков // Новая наука: современное состояние и пути развития: матер. междунар. науч.-практ. конф. (09 дек. 2015 г., г. Стерлитамак): в 3-х ч. – Ч. 2. – Стерлитамак, 2015. – С. 88-91.
7. Третьяков А. Л. Тамара Семёновна Комарова: биобиблиогр. указ. трудов с 1959 по 2014 гг. / сост.: А. Л. Третьяков; науч. ред.: И. И. Комарова, Т. С. Комарова. – Ярославль-Москва: Канцлер, 2015. – 116 с. – (Учёные-педагоги. Научно-педагогические труды Т. С. Комаровой).
8. Третьяков А. Л. Информационное обеспечение деятельности школьного учителя / А. Л. Третьяков // Наука и образование: инновации, интеграция и развитие: матер. междунар. науч.-практ.

конф. (Уфа, 29-30 апр. 2014 г.): в 2-х ч. − Ч. 1. – Уфа, 2014. − С. 118-125.

9. Третьяков А. Л. Инновационная модель школьного центра правовой и иной социально значимой информации [Электронный ресурс] / А. Л. Третьяков // Бюллетень науки и практики. − 2016. − № 4. − С. 261-267. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.bulletennauki.com/#!tretiakov/d2pws, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 10.03.2017).

Екатерина Егорова
Пензенский государственный университет
Пенза, Россия

ТЕХНОЛОГИЯ КРАУДСОРСИНГА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ВУЗА

Анотація. У статті розглядається роль технології краудсорсингу, заснованої на різних діалогових інтернет-майданчиків і соціальних мереж в освітньому процесі студентів вузів. Описано основні способи застосування технологій краудсорсингу в освіті, розглянуті варіанти застосування краудсорсингу в освітньому процесі студентів напряму «Реклама і зв'язки з громадськістю», зроблені висновки про необхідність подальшого вивчення краудсорсингу і знаходження можливостей для його застосування з метою підвищення ефективності освітнього процесу ВНЗ.

Ключові слова. Краудсорсінг; інформаційні технології; реклама; зв'язки з громадськістю; освітній процес.

Аннотация. В статье рассматривается роль технологии краудсорсинга, основанной на различных диалоговых интернет-площадок и социальных сетей в образовательном процессе студентов вузов. Описаны основные способы применения технологий

краудсорсинга в образовании, рассмотрены варианты применения краудсорсинга в образовательном процессе студентов направления «Реклама и связи с общественностью», сделаны выводы о необходимости дальнейшего изучения краудсорсинга и нахождения возможностей для его применения с целью повышения эффективности образовательного процесса вузов.

Ключевые слова. Краудсорсинг; информационные технологии; реклама; связи с общественностью; образовательный процесс.

Abstract. The article examines the role of crowdsourcing technology based on various interactive Internet platforms and social networks in the educational process of university students. The main ways of using crowdsourcing technologies in education are described, the variants of using crowdsourcing in the educational process of the students of the direction "Advertising and public relations" are considered, conclusions are drawn on the need for further study of crowdsourcing and finding opportunities for its application with the aim of improving the educational process of higher education institutions.

Keywords. Crowdsourcing; Information Technology; advertising; public relations; educational process.

В современных условиях развития общества системы высшего образования все больше ориентируются на реальный сектор экономики и бизнес-среду, что требует от вуза быть активным и настроенным на адаптацию к изменяющимся условиям рыночной среды.

Технологии краудсорсинга в образовательном процессе призваны обеспечить улучшение качества образовательного продукта и услуг, а также реализовать формируемые компетенции студентов в рамках социально-значимых проектов. Решая задачу улучшения качества образовательного продукта, технологии краудсорсинга способны повысить практикоориентированность образовательного процесса вуза, которая в настоящее время востребована как среди студентов, так и среди работодателей. С точки зрения потребностей обучения, краудсорсинг стоит на пересечении проектной деятельности

и технологий интерактивного обучения, являющихся активными методами обучения и удовлетворяющая требованиям стандартов построения образовательных программ вуза. Работа в подобной среде способствует развитию умения анализировать ситуацию, оценивать альтернативы, нестандартно мыслить, прививает студентам навыки решения практических задач [1].

Совместное создание и реализация проектов в рамках вуза позволет значительно увеличить состав креативной и тестирующей команды без привлечения дополнительных средств. Для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» среди возможных способов применения технологии краудсорсинга в сфере образования можно выделить: создание логотипов; дизайна печатной продукции; видео-роликов информационного, презентационного или рекламного характера, снятых студентами; флеш-мобов и открытых мастер-классов, приуроченных к дням открытых дверей для абитуриентов.

Интерес от участия в краудсорсинговых проектах, помимо создания медиа-объектов, создается за счет участия большого количества обучающихся в дистанционной работе над одним проектом [4].

При этом, возможны следующие варианты применения краудсорсинга в образовательном процессе:

- создание и обновление различных информационных баз данных силами студентов, например, электронной библиотеки;

- формирование новых учебных программ, продуктов, опираясь на мнение экспертного сообщества, заинтересованного в их создании, а также проведения маркетинговых исследований, опросов общественного мнения и т.д.;

- возможность участия студентов в уже существующих краудсорсинговых проектах под руководством преподавателей, когда оценивать качество выполненных заданий будет не только преподаватель или студенты вуза, но и интернет-сообщество,

включающее в том числе специалистов-практиков, что позволяет получить практические навыки в будущей профессии.

До недавнего времени краудсорсинг применялся длм решения задач в бизнес-среде. Однако, по нашему мнению, вузам краудсорсинг подходит даже лучше, чем другим организациям, поскольку способен идеально вписаться в современную модель университета. Студенты хотят обучаться, создавать реальные продукты и материалы, взаимодействовать между собой и с другими участниками процесса, более того, они, как потребители услуг, являются экспертами в вопросах организации процесса обучения. Для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» участие в различных краудсортинговых проектах на таких площадках, как Godesigner (godesigner.ru), размещающих проекты по дизайну; Citycelebrity (citycelebrity.ru) – объединение площадок по реализации социально значимых проектов или в интернет-проекте Wikipedia, где студенты в рамках образовательного процесса приобретают опыт проведения исследований, поиска материалов их анализ, а также подготовку качественных материалов по заданной тематике, позволяет применить полученные знания на практике, услышать мнение широкого круга обучающихся и специалистов практиков о своей работе, приобрести опыт решения реальных задач как самостоятельно, так и команде, а также изучить и проанализировать работы других участников проектов. Участие в подобных проектах обеспечивает новую систему оценки и самооценки учебных достижений, позволяет формировать профессиональное портфолио и является значимым составляющим элементом будущего резюме студента. Современные тенденции диктуют необходимость приведения в соответствие качества подготовки выпускников вузов требованиям экономики знаний, которые заключаются в том, что выпускник должен не только обладать набором необходимых знаний, но и умением генерировать их в течение всей жизни, умением ориентироваться в сложных проблемных ситуациях [2; 3].

Помимо вышеперечисленного, краудсорсинг призван стать одной из эффективных моделей построения так называемого неформального образования. В условиях перехода от традиционных обществ к сетевым сообществам, образовательный краусорсинг является важнейшим инструментом адаптации и социализации студентов и выпускников вуза к быстро меняющимся условиям в сетевых многоязыковых сообществах. Таким образом, умение студента работать в краудсорсинговой среде позволяет развить принципы волонтерства, повышает морально-нравственный уровень и оказывает влияние на формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Научно-педагогическим кадрам вуза образовательный краудсорсинг позволяет освоиться в новой социальности «Детей цифровой эры» [3]. Он является интегрирующим звеном между абитуриентами, студентами, преподавателями и представителями бизнес-среды в решении образовательных задач посредством создания электронной образовательной среды, открытых университетов, дистанционных курсов и т.п. Также краудсортинговые платформы университетов дают возможность неразрывной связи с выпускниками вуза, являющиеся представителями бизнеса. Примером в Российской практике может служить площадка НИУ ВШЭ, созданная для коллективного обсуждения маркетинговых решений и построенная на принципах добровольного сотрудничества. Такой тип краудсорсинга является наиболее интеллектуальноёмким и в западной терминологии называется «открытыми инновациями» (open innovation). Площадка является закрытой системой и доступна только выпускникам Школы. Поставщиками решений выступают как компании-партнеры (выпускники), так и внешние коммерческие заказчики. В ходе обсуждения возникших проблемных ситуаций, участники площадки, работающие в различных отраслях и являющиеся профессионалами в разных сферах маркетинга и развития бизнеса под руководством лучших экспертов Школы, формируются жизнеспособные решения.

По договоренности с заказчиками, Школа выносит сформированные решения, как кейсы в образовательные программы.

Образовательный краудсорсинг, основанный на инновационных моделях, реализуемый на основе использования современных информационных и коммуникационных технологий в образовательном процессе вуза предполагает на выходе из учебного процесса получение законченного востребованного обществом продукта. Поэтому данное направление исследований необходимо изучать и использовать в качестве одного из возможных эффективных и современных инструментов для развития высшего образования в России.

Литература

1. Андреева, Ю.Ю. Введение в «Краудсорсинг» - один из инновационных инструментов развития высшего образования / Ю.Ю. Андреева // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2014. № 1 (1). С. 119-128.

2. Морозова, И.А. Применение современных управленческих технологий повышения эффективности деятельности образовательного учреждения/ И.А.Морозова, Е. Е. Сидорова, К.С. Куликова / ВолгГТУ.- Волгоград, 2013.- 104 с.

3. Сазонов, С.П. Increase in Efficiency of Activity of Educational Organization in System of Higher Professional Education under Current Management Technologies / С.П. Сазонов, Е.Е. Харламова // World Applied Sciences Journal. - 2014. - Vol. 30, No. 10. - С. 1271-1275.

4. Ross, Chris. Are the Sleeping Giants Awake? Non-profit Universities Enter Online Educstion at Scale, The Parthenon Group, October 2014.

Хаёт Исмойилов
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара, Узбекистан

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УРОКАХ ХИМИИ

В результате своей жизнедеятельности человечество накапливает все больше и больше информации, которую необходимо использовать не только в профессиональной деятельности, но и привлекать для обучения детей на ранних стадиях. Большое обилие информации неизбежно приводит к увеличению числа учебных часов и перегрузке обучающихся. Как же можно повысить эффективность учебного процесса, не перегружая учеников?

Проблему интенсификации и повышения эффективности учебного процесса сегодня можно решить с помощью использования персонального компьютера не только на уроках информатики, но и на уроках любой дисциплины школьного курса. При этом компьютер может выполнять несколько функций. Главная из них - обучающая, позволяет дать довольно широкие знания по предмету. Поиск знаний при этом облегчен тем, что любая компьютерная программа содержит оглавление. Достаточно только понять принцип составления той или иной программы - и для пользователя открывается широкая гамма всевозможных знаний, включающих в себя историю становления науки, биографии ученых, основные понятия и теории, а также различные схемы и диаграммы, табличные данные, детали строения сложных молекул и, что особенно ценно, динамику сложных научных процессов. Обучающиеся могут получить знания различного уровня сложности и гораздо большего объема, чем располагает школьный учебник. Такие данные украсят любой урок, позволят органично перешагнуть через страницы учебника и пуститься в интересное и познавательное плаванье в мир современной науки.

Вторая не менее значимая функция компьютерного обучения - направляющая и контролирующая. Правильно составленные учебные программы не только проверят знания учеников, но и позволят подобрать необходимый уровень сложности подачи материала, упражнения и расчетные задачи по теме, обратят внимание ученика те разделы, в которых допущено наибольшее количество ошибок. Обучение в большей степени превращается в самообучение, где каждый ученик может с различной скоростью и глубиной изучать тот или иной раздел. Роль учителя при этом - заинтересовать каждого ученика в получении нужной информации и проконтролировать объективность ее усвоения.

Примером такой компьютерной программы является программа 1С "Химия. Репетитор", которая может служить как средством самообучения ученика, так и средством обучения на уроках химии. Она позволяет выйти за рамки учебника, так как содержит более обширный материал по общей, неорганической и органической химии. Большое значение для формирования естественнонаучной картины мира имеет ознакомление обучающихся с историей науки. После каждого раздела в программе предложены разно уровневые задачи для решения. Задания среднего уровня сложности разумно предложить классу для решения фронтально, решение задач повышенной трудности разбирается с комментариями учителя.

Для усиления аспекта наглядности на уроках химии, демонстрации строения атомов химических элементов, простых и сложных веществ, а также демонстрационного эксперимента, не предусмотренного школьной материальной базой, на уроках химии используется альбом компьютерной программы 1С "Химия. Репетитор". В соответствии с тематикой уроков могут проводиться различные компьютерные демонстрации, помогающие формированию научного мировоззрения обучающихся. В соответствии с базисным планом по химии была составлена тематическая программа использования видеофрагментов альбома.

При наличии хорошей материальной базы для подготовки к урокам химии, а также и на самих уроках можно использовать Интернет. Сейчас все больше учеников привлекают Всемирную паутину для нахождения информации при подготовке к урокам, написании докладов и рефератов на химические темы. Растет число школ, пользующимися услугами Интернета.

Лишь часть информации целенаправленно создается различными научными и образовательными сообществами. Другая часть пополняется учащимися, а третья проникает стихийно. В такой информации низкая достоверность, проверить которую часто не представляется возможным, так как на многих сайтах нет никаких сведений об авторах, организациях, занимающихся разработкой и предоставлением информации. Тем не менее, уже сейчас учащиеся широко используют химическую информацию. Главное, чтобы они не просто выводили на принтер найденные страницы, а, используя их, создавали бы собственное информационное сообщение. Для этого учитель должен четко поставить задачу и ограничить объем сообщений.

Учитель должен сам предварительно ознакомиться с информацией, определить цель и маршрут экскурсии, а также объем заданий по теме. Далее обучающиеся могут сами организовать Web-страничку с оформлением на ней усвоенных ими актуальных знаний, презентацией проекта... Выполнение такой работы потребует от учителя и ученика серьезной предварительной подготовки, прочных знаний, слаженных действий и творческого подхода. Но чем сложнее задача, тем больше радости будет испытывать ученик от выполненной работы, тем прочнее будут его знания.

Андрей Третьяков
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления,
Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

ИНФОРМАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКСПЕРТИЗЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Анотація. *Дослідником актуальній темі в системі освіти - експертизи в освіті - виявлені інформаційно-педагогічні домінанти даній сфері. Засновником інформаційного забезпечення експертизи в освіті відображені нові підходи в даній сфері. Визначено об'єкти експертування у вищій школі.*

Ключові слова. *Експертиза в освіті, інформаційно-педагогічне забезпечення, вища школа, інформаційно-освітній процес, інновація.*

Аннотация. *Исследователем актуальной теме в системе образования – экспертизы в образовании – выявлены информационно-педагогические доминанты данной сфере. Основателем информационного обеспечения экспертизы в образовании отражены новые подходы в рассматриваемой сфере. Определены объекты экспертирования в высшей школе.*

Ключевые слова. *Экспертиза в образовании, информационно-педагогическое обеспечение, высшая школа, информационно-образовательный процесс, инновация.*

Annotation. *Researcher of the current topic in the education system - expertise in education - identified information and educational dominants of this field. The founder of information support of expertise in education reflects new approaches in the sphere under consideration. The objects of expertise in higher education are determined.*

Keywords. *Expertise in education, information and pedagogical support, higher school, information and educational process, innovation.*

Развитие современной системы высшего образования, происходящее в условиях информатизации общества, характеризуется динамизмом, использованием множества образовательных технологий, инновационных методов и организационных форм обучения, а также становления института экспертирования в высшей школе.

Анализ научно-педагогической литературы показывает, что развитие системы высшего образования на этапе информатизации общества обусловлено происходящими процессами интеграции содержания и технологий обучения. Их внедрение в сферу информационно-образовательной деятельности позволяет на новом, более качественном уровне осуществлять передачу накопленного человеческом социального опыта и человеческого капитала, успешно адаптироваться обучаемым к происходящим во внешней среде изменениям, более эффективно взаимодействовать преподавателям и студентам в процессе обучения. Изложение учебно-образовательного материала должно быть основано на логике построения дидактических единиц, формирования профессиональных компетенций, а решение учебно-образовательных задач – выполняться согласно логике их использования [1, 2].

Экспертная деятельность в системе образования – один из ключевых механизмов регулирования развития системы в целом и отдельных ее компонентов. Переход образовательного учреждения в режим развития влечет за собой необходимость создания экспертно-аналитических механизмов, обеспечивающих оценку эффективности и перспективности происходящих процессов и прогнозирование возможных траекторий и потенциальных рисков. В отличие от привычных для образовательной практики систем «инспекторской» оценки, экспертиза призвана выполнять иной тип задач: всесторонний анализ и исследование элементов образовательной системы,

разработку рекомендаций по их дальнейшему развитию. Эти функции являются новыми и нетрадиционными для управленческого звена сферы образования, что определяет возникновение трудностей при их реализации.

Экспертиза в образовании предусматривает исследование специалистами (экспертами) степени соответствия педагогических систем (объектов, явлений, процессов) определенным нормам, стандартам. Поэтому названная процедура включает применение комплекса научно-обоснованных, нормативно-правовых действий и операций, необходимых для получения объективного суждения о качестве изучаемого объекта [3, 4].

Экспертиза образовательного процесса может включать в себя: экспертизу образовательных проектов и программ; экспертизу педагогической деятельности; экспертизу экспериментальной деятельности; экспертизу инновационной деятельности.

В целом в процессе экспертизы анализу подвергаются следующие основные области образовательного процесса: образовательные результаты обучающихся; формы организации деятельности обучающихся и методические приемы, при помощи которых педагог реализует запланированные образовательные результаты; система оценивания образовательных результатов.

Отметим, что экспертизе подвергаются:

- и сами процедуры, и способы оценивания достижений обучающихся;
- соответствие компетентности педагога компетентности, необходимой для достижения планируемых результатов;
- степень реализации педагогом образовательной стратегии учреждения;
- индивидуальные стилевые особенности деятельности педагога;
- деятельность обучающихся;
- профессиональная рефлексия. Оценка педагогом результативности своей деятельности относительно замысла, своих

возможностей произвести требуемые изменения в целях и организации учебного процесса [5, 6].

Необходимо отметить, что целями экспертизы образования являются: понимание авторского замысла инициативы; оценка инициативы (соотнесение с существующими нормативными моделями); превращение инициативы в ресурс образования; организация поддержки для институциализации инициативы.

Стоит отметить, что в содержание экспертизы входят следующие виды экспертиз: экспертиза учебных планов, образовательных программ, расписания учебных занятий, инноваций, методических разработок, пособий; построение профессиограммы; экспертиза научно-педагогических исследований; экспертный прогноз (оценка ожидаемого развития ситуации); оценка альтернативных вариантов управленческих решений и т. д.; оценивание и диагностика состояния различных систем.

Основным документом представления экспертизы – экспертное заключение, в котором должна быть максимально полно раскрыта характеристика объектов и должна быть представлена критериальная база и техника экспертирования [7].

В заключении стоит отметить, что главной и важной задачей системы образования является развитие человеческого ресурса и подготовка кадров для инновационной экономики, происходящие модернизационные процессы затрагивают все уровни системы образования и предполагают кардинальные преобразования во всех её звеньях, начиная от содержания образования, технологий, учебного оснащения и заканчивая инфраструктурой. В этой связи актуальной становится разработка нового инструментария для оценки производимых изменений и результатов, полученных от их внедрения. Ключевую роль наряду с традиционными и апробированными средствами будет выполнять экспертиза [8]. Поскольку инновации многомерны и часто сложны, то именно экспертиза является тем инструментом, который позволяет исследовать и оценить

предполагаемые или уже реализованные изменения, о чём речь пойдёт в следующих работах автора статьи.

Литература

10. Аттестация педагогических работников: концепция экспертизы профессиональной деятельности учителя / А. Е. Бахмутский, И. В. Гладкая, Е. Н. Глубокова, И. Э. Кондракова, С. А. Писарева, А. П. Тряпицына. – Санкт-Петербург: Свое издательство, 2014. – 56 с.
11. Бахтина Е. В. Библиотековед, педагог и общественный деятель В. Ф. Сахаров (1901-1986): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 05.25.03 / Е. В. Бахтина. – Санкт-Петербург, 2014. – 22 с.
12. Бахтина Е. В. Библиотековед, педагог и общественный деятель В. Ф. Сахаров (1901-1986): дис. ... канд. пед. наук: 05.25.03 / Е. В. Бахтина. – Санкт-Петербург, 2014. – 316 с.
13. Блохин В. Н. Значение и перспективы информатизации высшего образования / В. Н. Блохин // Актуальные вопросы документоведения и информационной деятельности: теории и инновации: сб. матер. II Междунар. науч.-практ. конф., Одесса, 24-25 марта 2016 г. / под общ. ред. В. Г. Спринсяна. – Днепропетровск, 2016. – С. 79-82.
14. Гладкая И. В. Особенности контроля уровня достижений учащихся в системе развивающего обучения: дис. … канд. пед. наук: 13.00.01 / И. В. Гладкая. – Санкт-Петербург, 1996. – 211 с.
15. Комарова И. И. Экспертиза в образовании: элементы анализа / И. И. Комарова, А. Л. Третьяков // Педагогическая наука и современное образование: сб. ст. III Всерос. науч.-практ. конф., посвящённой Дню российской науки 11 февраля 2016 г. / под ред. И. В. Гладкой, С. А. Писаревой. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 278-282.
16. Новикова Т. Г. Экспертиза в образовании: содержание и типология / Т. Г. Новикова // Методист. – 2011. − № 8. – С. 2-12.
17. Образование для процветания / И. И. Комарова [и др.]. – Москва: Агентство стратегических инициатив, 2014. – 320 с.

Виктор Блохин
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Горки, Беларусь

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Дистанційна освіта розширює можливості доступу до освіти для людей з обмеженими можливостями здоров'я. Інформаційні технології стирають соціальні та географічні бар'єри, що сприяє інтеграції вразливих верств суспільства.

Ключові слова: дистанційна освіта, обмежені можливості здоров'я, можливості, перспективи.

Дистанционное образование расширяет возможности доступа к образованию для людей с ограниченными возможностями здоровья. Информационные технологии стирают социальные и географические барьеры, что способствует интеграции уязвимых слоев общества.

Ключевые слова: дистанционное образование, ограниченные возможности здоровья, возможности, перспективы.

Distance education broadens access to education for people with disabilities. Information technologies erase the social and geographical barriers, which facilitates the integration of vulnerable groups in society.

Key words: distance education, disabilities, opportunities, prospects.

В настоящее время одной из важнейших потребностей общества является развитие системы образования и передачи знаний. Конкурентоспособная и отвечающая современным потребностям система образования должна быть способна не только вооружать знаниями обучающегося, но и по причине постоянной трансформации и интенсивного обновления знаний в нашу эпоху, формировать потребность в непрерывном самостоятельном овладении ими.

За постсоветский период концепция образования серьезно изменилась, в частности, дистанционное обучение выступает в роли не только надежной альтернативы традиционному образованию, но и уникальной системы интеграции, где учащиеся могут принимать активное участие в образовательном процессе, не будучи физически присутствующими в институте, университете, или каких-либо других учреждениях.

Дистанционное образование фактически стало революционной возможностью в связи с бурным развитием в области информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) и превратилось в уникальный и комплексный феномен обучения и преподавания [4].

Научный прогресс и развитие медицины привели к колоссальному росту выживаемости людей в результате тяжелых болезней и травм. Таким образом, в XX веке произошло увеличение числа инвалидов среди населения трудоспособного возраста и молодежи. По данным Всемирной организации здравоохранения, в мире проживает около 650 миллионов людей с ограниченными возможностями. Образование находится в числе важнейших факторов, которые могут помочь им преодолеть эти объективные ограничения. В частности, технология дистанционного образования открыла новые возможности для данной уязвимой категории, чтобы получить образование, способствует развитию уверенности в себе и предоставляет шанс успешной социализации и тем самым интеграции в обществе. Благодаря получению образования люди с ограниченными возможностями здоровья могут повысить свой социальный статус, а иногда даже достичь выдающихся результатов в самых разных профессиональных сферах.

Со второй половины XX века во многих странах мира идеи интегрированного обучения людей с особыми образовательными потребностями в учебных заведениях реализуются в соответствии со стандартными правилами обеспечения им равных возможностей в области профессионального образования.

Отношение общества к людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) зависит от различных факторов, среди которых ведущими являются уровень социально-экономического развития, система образования, обеспечивающая возможность выбора профессии сообразно своим возможностям и способностям.

Новой интегральной формой обучения людей с ОВЗ является обучение с применением информационно-коммуникативных, дистанционных технологий. В системе образования дистанционное обучение отвечает принципу гуманности, согласно которому никто не должен быть лишен возможности учиться по причине бедности, географической или временной изолированности, социальной незащищенности и невозможности посещать образовательные учреждения в силу физических недостатков. Учась дистанционно, студент с инвалидностью перестает быть ограниченным пространственными и временными рамками – у него появляется связь буквально со всем миром. Он может учиться, не выходя из дома, по индивидуальному расписанию и в удобном для себя темпе.

Студентам, обучающимся по дистанционным программам, приходится иметь дело с новейшими технологиями представления и обработки информации, такими как компьютерные технологии, видео-аудио технологии, широковещательные кабельные и спутниковые системы, Интернет. Поэтому им невольно приходится осваивать эти технологии, получая дополнительные навыки и умения, которые значительно повышают общеобразовательный и технический уровень студента.

Студенты могут быть заинтересованы в параллельном изучении определенных курсов, дисциплин, программ в другом учебном заведении. Технология дистанционного образования позволяет им достичь такой цели и параллельно изучать несколько дисциплин в различных учебных заведениях [3].

Важной составляющей дистанционного образования является самостоятельная работа. Самостоятельная работа учащегося может

проводиться по индивидуальной программе, без непосредственного контроля со стороны педагога. Также возможен вариант коллективной самостоятельной работы, когда студенты с ОВЗ объединяются в виртуальные группы и прибегают к консультациям ведущего педагога [1].

В настоящее время в концепции модернизации образования заявлен принцип равного доступа молодых людей к полноценному качественному образованию в соответствии с их интересами и склонностями, независимо от материального достатка семьи, места проживания и состояния здоровья. Одним из направлений реализации данного требования является внедрение новых моделей содержания образования и его организации.

Ценность дистанционного образования молодежи с ограниченными возможностями здоровья заключается в том, что «дистант» – это порой единственная возможность реализовать себя, возможность быть успешным в жизни наравне со здоровыми сверстниками[2].

Еще одной важной задачей является подготовка педагогических кадров, сориентированных на работу в условиях ДО.

Современный педагог должен соответствовать не только традиционным критериям профессионального мастерства и компетентности, также необходимо быть в курсе основных тенденций развития образовательного сегмента сети Интернет, иметь навыки проведения образовательного процесса с помощью информационно-коммуникационных технологий, знать педагогические технологии дистанционного обучения, уметь преподать свой предмет в любой форме с помощью любых средств общения.

Таким образом, внедрение дистанционного обучения позволяет надеяться на решение ряда социально-экономических проблем: повышение общеобразовательного уровня населения; расширение доступа к высшим уровням образования; удовлетворение потребностей в высшем образовании; организация регулярного повышения квалификации специалистов различных направлений. Это

требует детальной проработки нормативного, учебно-методического и организационного обеспечения. В условиях охвата значительных территорий приходиться решать массу сложнейших технологических задач по обеспечению функционирования разветвленной сети учебных центров, контроля качества организации учебного процесса, подготовки преподавательского состава и массу других проблем. Но, если такая система будет создана, она предопределит условия появления уникальной образовательной среды, обеспечивающей возможность обучения в ведущем вузе населения из всех регионов страны и независимо от состояния здоровья учащегося.

Литература

1. Андреев, А.А., Солдаткин, В.И. Дистанционное обучение: сущность, технология, организация / А.А. Андреев, В.И. Солдаткин – М: Из-во МЭСИ, 1999. – 166 с.

2. Мясникова, М. С. Инновации в образовании: дистанционное обучение детей с ограниченными возможностями здоровья / М.С. Мясникова // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Уфа, ноябрь 2013 г.). – Уфа: Лето, 2013. – С. 149-151.

3. Основы дистанционного обучения. Дистанционный курс. Под редакцией проф. Кухаренко В.Н. – Харьков: Торсинг, 1999. – 41 с.

4. Сарафанов, А.В., Суковатый, А.Г. Интерактивные технологии в дистанционном обучении / А.В. Сарафанов, А.Г. Суковатый – Красноярск: ИПЦ КГТУ, 2006. – 146 с.

УДК 81.1

Віолетта Лавренюк, Віктор Нерсесов
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ОРАТОРСЬКА (РИТОРИЧНА) КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ

В статье раскрыты некоторые аспекты ораторской компетенции как важной составляющей профессиональной подготовки будущих специалистов.

Ключевые слова: *ораторское искусство, коммуникативная ответственность, культура речи.*

The article deals with certain aspects of oratorical competence as an important part of training future professionals.

Keywords: *rhetoric, communicative responsibility of speech.*

За всіх часів найактуальнішою і найбажанішою метою освіченої людини була тріада практичних навичок і вмінь: красиво говорити і легко спілкуватись, активно слухати, реально й вагомо впливати мовленим словом.

Всезагальний інтерес до риторики як до обов’язкової, важливої та специфічної сфери людської культури прогресує на початку третього тисячоліття: в суспільстві в умовах активної й масштабної його інформатизації зростає кількість і популярність професій із ***посиленою комунікативною відповідальністю.*** Повноцінну і відповідну до вимог часу риторичну освіченість вимагають управлінська та дипломатична, юридична та політична, міжнародна та адміністративна, торговельна та медична, наукова, освітянська й інші сфери.

Сам акт мовленнєвої творчості характеризується трьома взаємопов’язаними категоріями: *риторичним логосом (системою аргументації); риторичним пафосом (емоціями мовця); риторичним етосом (доброчинністю, щирістю тощо).* Відтак, “ступінь влади над

мовою” (О. Потебня), особиста комунікативна компетентність кожної людини є важливим і суттєвим, хоча не єдиним, показником її інтелекту, комунікабельності та загальної культури.

Це сприяє вдосконаленню комунікативного простору в професійно-діловій сфері, посилює комунікативну інтуїцію, дозволяє досягти високого рівня культури вербального спілкування і культури мовлення. Щоб бути зразковим, мовлення має характеризуватися такими найважливішими ознаками: *правильністю,* тобто відповідати літературним нормам, що діють у мовній системі (орфоепічним, орфографічним, лексичним, морфологічним, синтаксичним, стилістичним, пунктуаційним); *змістовністю,* яка передбачає глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання, докладне ознайомлення з наявною інформацією з цієї теми;різнобічне й повне розкриття теми, уникнення зайвого; *послідовністю*, тобто логічністю та лаконічністю думок; *багатством*, що передбачає використання різноманітних засобів вираження думок у межах відповідного стилю, уникнення невиправданого повторення слів, однотипних конструкцій речень; *точністю,* яка великою мірою залежить від глибини знань та ерудиції особистості, а також від активного словникового запасу. Виражаючи власні думки, слід добирати слова, які найбільш відповідають висловлюваному змісту; *виразністю,* для досягнення якої слід виділяти найважливіші місця свого висловлювання і виражати власне ставлення до предмету мовлення; *доречністю та доцільністю*, яка залежить насамперед від того, наскільки повно й глибоко людина оцінює ситуацію спілкування, інтереси, стан, настрій адресата. Крім цього, треба уникати того, що могло б уразити, викликати роздратування у співрозмовника, і вказувати на помилки співрозмовників у тактовній формі. Отже, високу культуру мовлення людини визначає досконале володіння літературною мовою, її нормами в процесі мовленнєвої діяльності.

Культура мовлення – це ще й загальноприйнятий мовний етикет (що, на жаль, часто порушується): типові формули вітання, побажання,

прощання, запрошення тощо. Неабияке значення має й тон розмови (теж, на жаль, часто далекий від ідеалу), вміння вислухати іншого, вчасно й доречно підтримати тему. Уважність, чемність і ввічливість – основні вимоги мовного етикету. Сучасний оратор має бути ерудованим з багатьох питань і вміти вести дискусію на будь-яку тему. Головні показники між оратором і аудиторією – це позитивна реакція на слова виступаючого, зовнішнє вираження уваги слухачів (їх поза, зосереджений погляд, вигуки схвалення, кивки головою, усмішки, сміх, оплески), "робоча" тиша в залі. Контакт – це величина змінна. Він може бути повним (з усією аудиторією) і неповним, стійким і нестійким у різні фрагменти проголошення промови.

Щоб завоювати аудиторію, треба встановити з нею і постійно підтримувати зоровий контакт, мовлення оратора не повинно бути монотонним, фрази мають вимовлятися з різною інтонацією, поділятися паузами. Кожна сучасна ораторська промова має характеризуватися поєднанням логіко- аналітичних та емоційно-образних мовних засобів. Якщо тема доповіді не цікава, то увага аудиторії згодом притупляється, її необхідно підтримувати, застосовуючи такі прийоми: питання-відповіді; перехід від монологу до діалогу (полеміки); прийом створення проблемної ситуації (слухачам пропонується ситуація, що викликає питання "Чому?", що стимулює їх пізнавальну активність); прийом новизни інформації, гіпотез (що змушує аудиторію припускати, міркувати); опору на особистий досвід, думки, завжди цікаві слухачам; показ практичної значимості інформації; використання гумору дозволяє швидко завойовувати аудиторію; короткий відступ від теми дає можливість слухачам "відпочити"; уповільнення з одночасним зниженням сили голосу здатне привернутиувагу до відповідальних місць виступу (прийом "тихий голос"); прийом градації – наростання смислової та емоційної значущості слова. Градація дозволяє підсилити, надати емоційної виразності фразі, сформульованій думці [9; 211-213].

Дієвим засобом контакту є спеціальні слова та вирази, що забезпечують зворотний зв'язок. Це особові займенники 1 і 2 особи *(я,*

ви, ми, ми з вами), дієслова у 1 і 2 особі *(спробуємо зрозуміти, зауважимо, відзначимо, прошу вас, відзначте собі, подумайте, конкретизуймо* тощо), звертання (*шановні колеги, дорогі мої), запитання (ви хочете почути мою думку?).* Специфіка усного мовлення проявляється в побудові фраз і цілих речень. Прийнято вважати, що в публічному виступі слід віддавати перевагу більш коротким синтаксичним конструкціям, вони краще сприймаються на слух і запам'ятовуються. Перелічені мовні засоби контакту допомогають подолати "бар'єр", слугують об'єднанню оратора зі слухачами.

Поза, жести, міміка – це належність індивідуального стилю. Ці елементи кінесичної системи спілкування діють на зоровий канал сприйняття, акцентують увагу на змісті інформації, що надходить слуховм каналом, підвищують емоційність і тим самим сприяють кращому засвоєнню висловлених думок.

В ораторському мистецтві використовуються жести ритмічні, емоційні, вказівні, образотворчі. Положення тіла під час промови має бути природним. Не треба стояти, широко розставивши ноги або виструнчившись, рівномірно хитатися з ноги на ногу або стояти заціпеніло. Плечі потрібно тримати прямо, не відтягуючи їх назад, голову – рівно, не нахиляючи вперед чи вбік. Будь-які рухи, жести, міміка виправдані лише в тому разі, якщо вони не привертають до себе надмірної уваги. Якщо ж вони впадають в очі, то відвертатимуть увагу слухачів від основного змісту промови.

Основним показником почуттів мовця є вираз обличчя. Міміка оратора стимулює емоції аудиторії, здатна передати гаму переживань: радість, скорботу, сумнів, іронію, рішучість тощо. Вираз обличчя оратора і весь його зовнішній вигляд має відповідати характеру промови, в також виражати доброзичливе і навіть дружнє ставлення, оскільки аудиторія не любить сердитих чи байдужих. Видатний адвокат і майстер слова минулого А.Ф. Коні зазначав, що в хорошого оратора особа говорить разом із мовою.

Взаємодія з аудиторією – це спільність психологічного стану оратора і його слухачів, що викликані спільними роздумами та співпереживаннями в процесі їх сумісної інтелектуальної роботи. Наявність контакту у взаємодії зі слухачами усвідомлюється оратором як позитивний чинник, що полегшує його роботу, адже в умовах взаємодії найбільш повно розкриваються його особистісні риси. В свою чергу сам факт встановлення контакту надає ораторові інтелектуального й емоційного задоволення.

Досвід найкращих ораторів світу доводить, що умовами встановлення взаємодії є: добре володіння оратором предметом промови; врахування настроїв і потреб аудиторії; проста, жива мова оратора; постійний зоровий контакт зі слухачами, визначення їх реакції і внесення додаткових змін як до змісту, так і до методики викладання матеріалу; намагання бачити в кожному слухачеві співрозмовника, товариша, не підніматися над аудиторією; залучення слухачів з перших хвилин до сумісного активного обговорення питань [4; 235].

Метою діяльності оратора є перетворення знання в переконання. Існує ілюзія, що для такого перетворення достатньо лише змістовно, повно, логічно викласти певну інформацію і мети досягнуто. Для того, щоб забезпечити успіх виступу (реалізувати мету виступу і забезпечити свій інтерес), ораторові необхідно, щоб інформацію було сприйнято, засвоєно аудиторією, більше того – стало системою, частиною тих її духовних цінностей, що зумовлюють мотиви поведінки. А щоб цього досягти, ораторові необхідні не лише знання предмету розмови, а й уміння зробити так, щоб аудиторія впродовж усієї промови слухала оратора, взаємодіючи з ним.

Важливо знати, що у взаємодії оратора й аудиторії відбуваються суб’єктні відносини, які передбачають двобічну активність, незважаючи на те, що вплив оратора домінуючий і, здавалося б, однобічно впливовий.

Про всі ці нюанси оратор має пам’ятати, відчувати їх і відповідно до цього будувати психологічну лінію поведінки.

Майстерність організації взаємодії залежить від багатьох чинників: перш за все від майстерності самого виступу – його змістовності (це науково-теоретична глибина, практична спрямованість і логічність), емоційності. Велике значення також має технологія піднесення матеріалу, тобто правильний вибір форм і методів виступу залежно від особливостей аудиторії.

У статті розкрито певні аспекти ораторської компетенції як важливої складової професійної підготовки майбутніх фахівців.

Ключові слова: *ораторське мистецтво, комунікативна відповідальність, культура мовлення.*

Список використаних джерел

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2010. -240 с.
2. Василенко О. П. Застосування засобів інтерактивних технологій навчання під час викладання української мови за професійним спрямуванням майбутнім фахівцям інженерно-технічних спеціальностей // Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова. Серія № 5. Педагог. науки: реалії та перспективи. – К., 2011. – Вип. 29. – С. 102–105.
3. Василенко О. П. Особливості розвитку критичного мислення у студентів інженерно-технічних спеціальностей при вивченні української мови за професійним спрямуванням // Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України ім. Б.Хмельницького; [гол. ред. Потапчик Є.М.]. – Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2011. – № 61. Серія педагогічні та психологічні науки. – С. 51–53.
4. Зубенко Л.Г. Ораторське мистецтво: практичний посібник. – К.: Парламентське видавництво, 2002. – 115 с.
5. Лавренюк В.В. Морфологічна норма у професійному стилі мовлення (Методичні рекомендації для студентів усіх

спеціальностей з дисципліни “Українська мова за професійним спрямуванням”). – Одеса: ОНПУ, 2010. – 14 с.

6. Лавренюк В.В. Культура мовлення та ораторське мистецтво (Методичні рекомендації для практичних занять та самостійної роботи студентів гуманітарного факультету ОНПУ.- Одеса: ОНПУ, 2010. – 32 с.
7. Лавренюк В.В. Культура мовлення та ораторське мистецтво // Конспект лекцій для студентів Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Одеса: ОНПУ, 2010. – 175 с.
8. Лавренюк В.В. Мовна норма: Навчальний посібник для студентів технічних і гуманітарних спеціальностей денної та заочної форм навчання . - Одеса: ОНПУ, 2015. - 160 с.
9. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Навч. посібн. – К.: Вища школа, 2004. – 311 с.
10. Овчиннікова А.П., Хаджирадєва С.К. Основи ораторської майстерності в умовах конфліктної взаємодії. – Одеса: Пальміра, 2005. – 179 с.
11. Якубовська М. Г. Інформаційне середовище ВНЗ як засіб формування цінностей студентів // Інформаційна освіта та комунікативні технології XXI століття : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 13-15 вересня 2012 року) / [під заг. ред. В.Г.Спрінсяна]. – Одеса : Симэкс-Принт, 2012. – С. 201-213.

Андрей Третьяков
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления,
Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

ИНФОРМАЦИОННО-ПРАВОВОЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ФГОС

Анотація. *Автором розглянуто інформаційно-правової та освітній потенціал шкільної бібліотеки в умовах модернізації освіти і реалізації ФГОС. Описана Петербурзька модель шкільних центрів правової інформації. Виявлено тренди в даній області. Акцентовано увагу на правовому освіті як базовому компоненті формування підростаючого покоління.*

Ключові слова. *Інформаційно-правовий і освітній потенціал, сучасна шкільна бібліотека, правова просвіта, ФГОС, освіту.*

Аннотация. *Автором рассмотрен информационно-правовой и образовательный потенциал школьной библиотеки в условиях модернизации образования и реализации ФГОС. Описана Петербургская модель школьных центров правовой информации. Выявлены тренды в рассматриваемой области. Акцентировано внимание на правовом просвещении как базовом компоненте формирования подрастающего поколения.*

Ключевые слова. *Информационно-правовой и образовательный потенциал, современная школьная библиотека, правовое просвещение, ФГОС, образование.*

Annotation. *The author examines the information and legal and educational potential of the school library in the context of modernizing*

education and implementing the FGOS. The Petersburg model of school centers of legal information is described. The trends in the area are revealed. Attention is focused on legal education as a basic component of the formation of the younger generation.

Keywords. *Information and legal and educational potential, modern school library, legal education, FGOS, education.*

Требования государственных документов, в том числе Федеральных государственных образовательных стандартов и федеральных государственных требований к структуре основной общеобразовательной программы всех ступеней образования, предполагают, что современная образовательная организация должна выпустить человека с сформированными ценностями, убеждениями и активной жизненной позицией. Эти бесспорные посылы предполагают, что существуют механизмы и технологии, позволяющие за годы обучения в достаточно агрессивной социальной среде сформировать молодого человека с заданными качествами.

Необходимо отметить, что, несмотря на реформирование общего среднего (полного) образования в большинстве школ ведущими остаются урочная система и традиционные методы воспитательной работы. Даже активное внедрение в образовательный процесс проектной и исследовательской деятельности учащихся не является гарантией сформированности тех качеств личности, которые ожидают увидеть в выпускнике [1].

Приоритетная задача Российской Федерации – формирование новых поколений, обладающих знаниями и умениями, которые отвечают требованиям XXI века, разделяющих традиционные нравственные ценности, готовых к мирному созиданию и защите Родины. Ключевым инструментом решения этой задачи является воспитание детей. Стратегические ориентиры воспитания сформулированы Президентом Российской Федерации В. В. Путиным: «…Формирование гармоничной личности, воспитание гражданина России – зрелого, ответственного человека, в котором сочетается

любовь к большой и малой родине, общенациональная и этническая идентичность, уважение к культуре, традициям людей, которые живут рядом» [2, 3, 4].

Основные требования к организации правового просвещения обучающихся:

- наличие системного и дифференцированного подхода к обучающимся;
- стимулирование положительного эмоционального отношения к сообщаемой информации;
- активизация интереса школьников к приобретению правовых знаний;
- связь правовой информации с фактами из повседневной жизни и приучение к сознательной оценке своих поступков [5, 6, 7].

Школьная библиотека – это центр правового просвещения. В связи с этим, приведём некоторые особенности Петербургской модели школьных центров правовой информации, которые заключаются в сотрудничестве школ с: информационно-методическими центрами районов; общественными организациями «Гуманитарный педагогический Центр «Гражданин XXI века» (интегратор ресурсов по гражданскому и правовому образованию), «Ассоциация «От краеведения к гражданственности», «Международная академия детско-юношеского туризма и краеведения»; МОО «Информация для всех»; Благотворительное общество «Невский ангел» и др.; организациями высшего и постдипломного образования (НИУ ВШЭ, СПбГИК, СПбАППО, Университет ИТМО); учреждениями культуры (ЦГБД им. А. С. Пушкина, иными детско-юношескими библиотеками, музеями); издательствами (Просвещение, Союз, Перспектива); правовыми базами данных (коммерческие – Гарант, КонсультантПлюс и бюджетная – нормативно-правовая база «Законодательство России» - ФСО России); избирательной комиссией Санкт-Петербурга (выпущен и распространен в СПб и по России CD); НТЦ Система» ФСО России создала Конструктор сайтов школьных библиотек, который можно использовать для организации информационной координации.

Основными компонентами результата, к которому должно стремиться направление «формирование информационно-правовой культуры учащихся в процессе медиаобразования», являются, на наш взгляд, информационно-правовые знания, информационно-правовые умения, навыки и компетенции, а также информационно-правовое сознание и культура учащихся. Развитие информационно-правовой культуры молодежи является залогом формирования в России правого государства и гражданского общества, поэтому использование медиаобразовательных компонентов должно получить повсеместное распространение в российской образовательной системе [8, 9, 10, 11].

Среди перспектив развития школьных центров правовой информации можно выделить следующие:

- Интеграция инноваций в практику деятельности школьных центров правовой информации;
- Создание Всероссийской сети школьных центров правовой информации и выход на создание площадок в СНГ/ЕАЭС;
- Создание дистанционного информационно-методического центра по вопросам, курирующим деятельность школьных центров правовой информации;
- Создание электронной библиотеки по тематическим направлениям работы школьных центров правовой информации – гражданское, патриотическое воспитание, этико-правовое и информационно-правовое образование;
- Пропаганда научно-творческого наследия и формирование полной коллекции Н. И. Элиасберг и других авторов трудов по тематике школьных центров правовой информации.

Литература

1. Бахтина Е. В. Библиотековед, педагог и общественный деятель В. Ф. Сахаров (1901-1986): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 05.25.03 / Е. В. Бахтина. – Санкт-Петербург, 2014. – 22 с.
2. Комарова И. И. Роль общественных объединений в развитии образования в России / И. И. Комарова // Педагогическое образование и наука. – 2015. – № 3. – С. 26-29.

3. Комарова Т. С. Формирование графических навыков у школьников / Т. С. Комарова. – Москва: Просвещение, 1970. − 106 с.
4. Лакомова А. А. Значение правового просвещения в современной России / А. А. Лакомова, Т. М. Хусяинов // Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири. – 2016. – № 2. – С. 15-21.
5. Образование для процветания / И. И. Комарова [и др.]. – Москва: Агентство стратегических инициатив, 2014. – 320 с.
6. Третьяков А. Л. База данных «Учёные-педагоги» − новая информационная потребность школьных библиотекарей и учителей / О. Р. Старовойтова, А. Л. Третьяков // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації: зб. Матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 19-20 березня 2015 р. / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. – Одеса, 2015. – С. 152-156.
7. Третьяков А. Л. Биобиблиографический указатель как отражение эффективности научной деятельности учёного: на примере указателя работ педагога Т. С. Комаровой / А. Л. Третьяков // Новая наука: современное состояние и пути развития: матер. междунар. науч.-практ. конф. (09 дек. 2015 г., г. Стерлитамак): в 3-х ч. – Ч. 2. – Стерлитамак, 2015. – С. 88-91.
8. Третьяков А. Л. Инновационная модель школьного центра правовой и иной социально значимой информации [Электронный ресурс] / А. Л. Третьяков // Бюллетень науки и практики. − 2016. − № 4. − С. 261-267. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.bulletennauki.com/#!tretiakov/d2pws, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 10.03.2017).
9. Третьяков А. Л. Правовое просвещение в современной школьной библиотеке: организационный аспект / А. Л. Третьяков // Актуальные проблемы современного образования: опыт и инновации: матер. Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, 28-29 ноября 2016 г. / отв. ред. А. Ю. Нагорнова. – Ульяновск, 2016. – С. 216-221.

10. Третьяков А. Л. Современная школьная библиотека как социальный институт и правовое просвещение обучающихся: теоретико-методологический и организационный аспекты / А. Л. Третьяков // Инновации в науке и образовании: молодёжные инициативы, исследования, трансфер технологий: сб. ст. к Междунар. науч.-практ. форуму (18 ноября 2016 г.). – Оренбург, 2016. – С. 258-261.
11. Третьяков А. Л. Школьная библиотека как центр формирования информационно-правовой культуры обучающихся / А. Л. Третьяков // Проблемы педагогической инноватики в профессиональном образовании: матер. 17-й Междунар. науч.-практ. конф. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 401-405.

Юлія Давиденко
Житомирська міська гімназія № 3,
Житомир, Україна

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Анотація. *Висвітлено окремі аспекти системного впровадження інформаційно-комунікаційних технологій для оптимізації навчального процесу в початковій школі. Проаналізовано стан розробленості проблеми в науково-педагогічній літературі.*

Ключові слова: *інформаційно-комунікаційні технології, інформатична підготовка, педагогічна технологія.*

Аннотация. *Отражены отдельные аспекты системного внедрения информационно-коммуникационных технологий для оптимизации учебного процесса в начальной школе. Проанализировано состояние разработанности проблемы в научно-педагогической литературе.*

Ключевые слова: *информационно-коммуникационные технологии, подготовка информатики, педагогическая технология.*

Annotation. *The separate aspects of system introduction of informatively-communication technologies are reflected for optimization of educational process at initial school. The state of worked out of problem is analysed in scientifically-pedagogical literature.*

Keywords: *of informatively-communication technologies, preparation of informatics, pedagogical technology.*

На початку XXI століття загальнолюдська тенденція до глобалізації та перехід людства до новітніх науково-інформаційних технологій вивели науку і освіту на новий рівень, створюючи нові можливості та висуваючи нові вимоги й завдання, зокрема, вироблення у людини здатності до свідомого та ефективного функціонування в умовах глобалізованого інформаційного суспільства.

У Законі України "Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки" серед стратегічних цілей розвитку вітчизняного інформаційного суспільства визначено такі:

- забезпечити комп’ютерну та інформаційну грамотність населення, насамперед шляхом створення системи освіти, орієнтованої на використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у формуванні всебічно розвиненої особистості;
- створити системи дистанційного навчання та забезпечити на їх основі ефективне впровадження і використання інформаційно-комунікаційних технологій на всіх освітніх рівнях усіх форм навчання [1].

Якщо говорити про початкову школу, то впровадження інформаційно-комп’ютерних технологій у навчально-виховний процес є доцільним і перспективним. Поряд з тим, в умовах інтенсивного впровадження інформаційних технологій навчання, становлення майбутньої особистості залежить від рівня його активності в освоєнні інформаційно-освітнього простору: чим вищий рівень активності учня на всіх етапах підготовки, тим більш високий ступінь професійного

розвитку досягається, тим вищий рівень трансформації освіти в самоосвіту, процесу актуалізації – в самоактуалізацію, розвитку – в саморозвиток.

Зазначене вимагає невідкладного вирішення проблеми випереджувального розвитку системи початкової освіти на основі інформаційних технологій, істотної зміни змісту, методів та форм навчання.

Резервом підвищення якості підготовки учнів початкої школи є створення науково-інформаційного простору, впровадження дистанційних освітніх технологій і використання для цього можливостей інформаційно-комунікаційних засобів.

Науковий та методичний супровід впровадження ІКТ у навчально-виховний процес початкової школи здійснюють С.Я.Колесніков, М.М.Левшин, Г.В.Ломаковська, Й.Я.Ривкінд, Ф.М.Ривкінд, В.М.Шевченко (Україна), А.В.Горячев, Ю.А.Первін, А.Л.Семенов (Росія), Б.Хантер (США).

Аналіз праць вітчизняних та зарубіжних дослідників засвідчує, що на сьогоднішній день зростає увага соціально-філософських, психолого-педагогічних наук в пошуку нових підходів у процесі викладання навчальних дисциплін в основній школі. Проблема засобів навчання завжди була предметом дослідження. Ще на початку XXI сторіччя В. Стаюнін писав: “Достоїнство викладання кожного навчального предмета залежить скільки від особистості вчителя, стільки ж і від тих навчальних засобів, якими він може вільно розпоряджатися. Без них у нього немає можливості задовольнити багатьом педагогічним вимогам, як би вони не здавалися йому ґрунтовними і розумними” [7]. У зв’язку з розвитком інформатики і екранно-звукових засобів для вчителя стала очевидною нова сфера діяльності – освоєння і застосування сучасних ефективних засобів навчання.

Інтернет-технології акумулюють сучасні інновації в галузі інформаційних комп’ютерних технологій, а їхній розвиток дає підстави твердити, що з’являється можливість створити інтерактивне

навчальне мовне середовище (навіть віртуальне мовне середовище) [2, с.268]. Інтерактивність у сучасному розумінні – це активна двостороння взаємодія вчителя та учня, що передбачає зацікавленість, творчу переосмисленість ним отриманих знань [2]. Педагогічна технологія – це науково обґрунтована педагогічна система, яка гарантує досягнення певної навчальної мети через чітко визначену послідовність дій, націлених на розв'язання проміжних цілей, наперед визначений кінцевий результат [1].

У зв'язку з цим до навчального процесу у сучасних загальноосвітніх закладах активно залучають новітні інтерактивні інтернет-технології, котрі допомагають урізноманітнити традиційні форми навчання. На думку Л.В. Оршанського, актуальність використання інформаційних технологій у початковій освіті визначається такими факторами:

- винятково широкими можливостями в індивідуалізації освіти;
- підвищенням мотивації суб'єктів навчання при їх використанні та посиленням емоційного фону освітнього процесу;
- розмаїттям умов і механізмів для активної самостійної діяльності; забезпеченням широкої зони контактів, можливістю спілкування через Інтернет з будь-якою людиною, незалежно від її просторового розташування і різниці часових поясів;
- можливістю комплексного впливу на різні органи чуття;
- високою наочністю подання навчального матеріалу; зростаючими інтерактивними можливостями ІТ -технологій;
- доступністю ІТ-технологій у будь-який час, зручний для суб'єкта навчання; легкістю і звичністю організації ігрових форм навчання [6].

У зв'язку з цим, використання ІТ-технологій навчання варто розглядати як найважливішу складову фундаментальної підготовки учнів основної школи, які будуть реалізовуватися через дидактичні функції, а саме: інформаційна, структурно-систематизуюча,

мотиваційно-стимулююча, інтерактивна функції та функція закріплення, контролю і самоконтролю [3].

Інформаційна функція полягає у фіксації певного обсягу навчального матеріалу як основи діяльності, яка має бути сформована у суб'єктів навчання у процесі роботи. *Структурно-систематизуюча функція* забезпечує чітку послідовність викладу структурованої навчальної інформації, можливість швидкого пошуку всіх елементів систематизованого навчального матеріалу. *Мотиваційно-стимулююча функція* полягає у розвитку в учнів пізнавального інтересу до навчального предмету і забезпечується наявністю інтерактивного діалогу "користувач - персональний комп'ютер", створенням комфортних умов для відкритого навчання за обраною освітньою траєкторією.

Інтерактивна функція відкриває можливість активної взаємодії користувача з інформаційно-освітніми ресурсами, забезпечує вивчення окремих дидактичних модулів. *Функція закріплення, контролю і самоконтролю* передбачає передбачає систематичний контроль знань учнів як в тренувальному режимі, так і в режимі контрольного оцінювання.

Загалом, засоби інформаційно-комунікаційних технологій, які включають електронну пошту, глобальну, регіональну та локальну комп'ютерні сітки зв'язку та обміну даними, відкривають перед учнями та вчителями широкі можливості.

Література

1. Бабанский Ю. К. Энциклопедия педагогического процесса / Ю. К. Бабанский, М. М. Поташник. – К. : Рад. шк., 1984. – 284 с.
2. Великий тлумачний словник української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.
3. Вєтрова І.Г., Вербунко В.А. Використання комп'ютера у навчанні молодших школярів і його вплив на формування їхньої психіки // Комп'ютер у школі та сім'ї – 2001 – № 2. – С. 22 – 25.
4. Довгий І. Освітні можливості інтернет-технологій у вивченні мови як іноземної / І. Довгий // Теорія і практика викладання

української мови як іноземної : Зб. наук. праць. – Львів, 2001. – Вип. 6. – С. 268–271.

5. Машбиц Е. И., Гергей Т. Психолого-педагогические проблемы эффективного применения компьютера в учебном процессе// Вопросы психологии. -1985. -№3. –с.41.
6. Оршанський Л.В. Креативне інформаційно-освітнє середовище як чинник саморозвитку особистості [Електронний ресурс] / Л.В.Оршанський.–Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Sitimn/2010_23/ Kreatuvne_informaziino_osv_seredov.pdf
7. Наука, освіта, суспільство очима молодих: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих науковців. Частина 1, Психолого- педагогічний напрям. - Рівне: РВВ РДГУ, 2013. -217 с.
8. Суховірський О.В, Дорошенко Ю.О. Методичні підходи до використання комплексу навчально-розвивальних ігрових програм з курсу “Сходинки до інформатики” у початкових класах: Навч. посібник. – Хмельницький: Вид-во ХГПІ, 2003. – 52 с.

УДК 81.1

Віолетта Лавренюк, Юлія Лучка, Вадим Талпа
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ПОНЯТТЯ ПРО НЕВЕРБАЛЬНУ КОМУНІКАЦІЮ ЯК СКЛАДОВУ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ

В статье раскрываются основные понятия о невербальной коммуникации как составляющей профессиональной подготовки.

Ключевые слова: *кинесические средства, просодика, такесические средства экстралингвистическая система, ориентация и угол общения.*

The article reveals the basic concepts of non-verbal communication as a component of professional training.

Key words: *kinesic means, prosody, tactical means extralinguistic system, orientation and angle of communication.*

У статті розкриваються основні поняття про невербальну комунікацію як складову фахової підготовки.

Ключові слова: *кінесичні засоби, просодика, такесичні засоби, екстралінгвістична система, орієнтація і кут спілкування.*

Невербальна поведінка людини нерозривно пов’язана з її психічними станами і слугує засобом їх вираження. В соціально-психологічних дослідженнях розроблено різноманітні *класифікації* невербальних засобів спілкування, до яких відносять усі рухи тіла, інтонаційні характеристики голосу, тактильний вплив, просторову організацію спілкування, що на практиці, на превеликий жаль, часто грубо порушується, і не лише в студентському середовищі, а й серед посадовців усіх рівнів. На наш погляд, саме поняттю про невербальну комунікацію як складову фахової підготовки слід приділяти значну увагу не лише на I-II курсах університету, а й під час навчання у школі. Адже, як відомо, важливе значення має не лише те, що сказано, а і те, як зказано, якими жестами, мімікою, рухами, інтонацією, розміщенням

у просторі супроводжувалося. Розглянемо основні елементи невербального спілкування.

Кінесичні засоби – це рухи іншої людини, що сприймаються зором і виконують виразно-регулятивну функцію у спілкуванні. До них належать *міміка, пози, жести, погляди, хода.* ***Поза*** – це положення людського тіла, типове для тієї чи іншої культури, елементарна одиниця просторової поведінки людини. Вона наочно показує, як ця людина сприймає свій статус відносно статусу інших присутніх осіб.Так само легко, як і поза, може бути сприйнято і значення ***жестів*** – різноманітних рухів руками й головою. Конкретне значення окремих жестів різне в різних культурах, проте є й схожі жести. Серед них можна виділити: ***комунікативні*** - (*жести вітання, прощання, привертання уваги, заборон тощо);* ***модальні,*** - що виражають оцінку й ставлення (схвалення, несхвалення, довіри, недовіри); ***описові,*** - що мають значення лише в контексті мовленнєвого висловлювання.

Хода людини – так само підкаже, в якому емоційному стані вона перебуває.

Просодика – це загальна назва таких ритміко-інтонаційних сторін мовлення, як *висота, гучність голосового тону, тембр голосу, сила наголосу.*

Екстралінгвістична система – це включення в мовлення *пауз,* а також різноманітних психофізіологічних проявів людини: *плачу, сміху, кашлю, зітхання тощо.*

Рукостискання (такесичні засоби) – поділяються на три типи: *домінуюче,* (рука зверху, долоня повернута донизу); *покірне* (рука знизу, долоня повернута вгору); *, й рівноправне.* Від виду рукостискань значною мірою залежить завершення ділової зустрічі. Ті, чия рука при першому рукостисканні знаходилася зверху, як правило, беруть гору в результаті переговорів. Про неповагу, прагнення зберегти офіційну дистанцію і нагадати про нерівність свідчить рукостискання прямою, незігнутою рукою. Про бажання тримати співрозмовника на відстані свідчить і рукостискання, при якому в долоню партнера беруться лише

пальці. Існує ще й "рукавичкове" рукостискання: тиснучи руку співрозмовника правою рукою, ліву руку кладуть на неї з другого боку. Таке рукостискання слугує для вираження глибоких почуттів і доречне лише при спілкуванні з добре знайомими людьми. Тому використовувати його при першій зустрічі з діловими партнерами не рекомендується.

Поплескування по плечі можливе лише за умови близьких відносин (!), рівності соціального становища тих, хто спілкується.

Такесичні засоби спілкування значно більшою мірою, ніж інші невербальні засоби, виконують у спілкуванні функції індикатора статусно-рольових відносин, символізують ступінь близькості співрозмовників. Неадекватне використання особистістю такесичних засобів може спричинити конфлікти у спілкуванні.

Спілкування завжди *просторово організоване.* ***Проксеміка*** **–** просторова організація комунікації. Вона передбачає орієнтацію партнерів на момент спілкування і дистанцію між ними. Розрізняють (за Е. Холлом): *інтимну відстань - (0 – 45 см)* – спілкування найближчих людей; *персональну – (45 см – 1 м 20 см)* – спілкування з незнайомими людьми; *соціальну – (1 м 20 см – 3 м 60 см)* – під час офіційного спілкування і з незнайомими людьми; *публічну – (3 м 60 см і далі)* – під час виступу перед різними аудиторіями. ***Орієнтація і кут спілкування*** **–** проксемічні компоненти невербальної системи. Орієнтація, виражена в повороті тіла і носка ноги в напрямкові партнера або вбік від нього, символізує про спрямованість думок.

Таким чином, мова тіла сама по собі є різновидом паралельного мовлення, що супроводжує переважно висловлювання людини й охоплює всі її рухи, в тому числі несвідомі, душевні (психомоторні). Той факт, що людина здатна мовчати, але не може цілком контролювати рухи свого тіла, дає діловому партнерові, який уміє "зчитувати" невербальну інформацію, феноменальний інструмент, що дозволяє йому адаптувати власну комунікативну тактику відповідно до реакції (рухві) співрозмовника.

Надзвичайно велика роль у передачі інформації належить ***міміці*** – рухам м'язів обличчя. Дослідження, наприклад, показали, що при нерухомому або невидимому обличчі лектора втрачається до 10 – 15% інформації. З мімікою дуже тісно пов'язаний погляд, вбо візуальний контакт. Американські психологи довели, що погляд пов'язаний із процесом формування висловлювання і складністю цього процесу. Коли людина лише формулює думку, вона частіше за все дивиться вбік, коли думка повністю готова – на співрозмовника. Коли йдеться про складні речі, на співрозмовника дивляться менше, коли труднощі подолано, - більше. Візуальний контакт свідчить про налаштованість до спілкування. За допомогою очей передаються найточніші сигнали про стан людини, оскільки розштрення чи звуження зіниць не піддається свідомому контролю. Коли людина збуджена чи зацікавлена чимось, чи перебуває в піднесеному стані, її зіниці розширюються в чотири рази більше порівняно з нормальним станом.

У процесі спілкування не слід забувати про ***конгруентність,*** тобто відповідність жестів і мовленнєвих висловлювань.

Таким чином, мовленнєве сприйняття виявляється максимально суперечливим. Людина, з одного боку, вловлює й осмислює аргументацію, а з другого – за виразом обличчя, позою, мімікою, рухами співрозмовника розуміє, що тут щось не так, що цільова настанова цього мовлення інша. І розуміння відбувається знов-таки не на свідомому, а на підсвідомому рівні. Виникають неспокій і незадоволеність відносно заслуханого мовлення.

Ефективність ділового спілкування визначається умінням правильно інтерпретувати візуальну інформацію, тобто погляд партнера, його міміку, жести тощо. Однак не кожен повною мірою може контролювати власні жести, міміку, пози. Очі, рухи часто видають людину, є своєрідними каналами інформації. У процесі ділової комунікації кожен учасник "спостерігає за спостерігачем", стежить за невербальним поводженням партнера і тим враженням, яке на нього справляють сказані слова. Шопенгауер зауважив: "Знання про

людину – царина, в якій ніколи не можна досягти досконалості, і навіть досвідчена людина знову і знову припускається помилок” [5; 112] . Тож, досконалість не має меж!

Список використаних джерел

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2010. -240 с.
2. Зубенко Л.Г. Ораторське мистецтво: практичний посібник. – К.: Парламентське видавництво, 2002. – 115 с.
3. Лавренюк В.В. Культура мовлення та ораторське мистецтво (Методичні рекомендації для практичних занять та самостійної роботи студентів гуманітарного факультету ОНПУ.- Одеса: ОНПУ, 2010. – 32 с.
4. Лавренюк В.В. Культура мовлення та ораторське мистецтво // Конспект лекцій для студентів Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Одеса: ОНПУ, 2010. – 175 с.
5. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Навч. посібн. – К.: Вища школа, 2004. – 311 с.
6. Овчиннікова А.П., Хаджирадєва С.К. Основи ораторської майстерності в умовах конфліктної взаємодії. – Одеса: Пальміра, 2005. – 179 с.
7. Якубовська М. Г. Інформаційне середовище ВНЗ як засіб формування цінностей студентів // Інформаційна освіта та комунікативні технології XXI століття : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 13-15 вересня 2012 року) / [під заг. ред. В.Г.Спрінсяна]. – Одеса : Симэкс-Принт, 2012. – С. 201-213.

Tetiana Biriukova, Mary Yakubovska
Odessa National Polytechnic University,
Odessa, Ukraine

GRANT PROJECTS, SUMMER SCHOOLS, STARTUPS AS NEW INFORMATION CREATIVE FORMS OF SUPPORT EDUCATION AND CULTURE

У статті аналізуються грантові проекти, літні школи, стартапи як нові творчі форми інформаційної підтримки освіти та культури. Розглядаються їх взаємозв'язки, сприяння втіленню новітніх ідей, ефективних засобів отримання інформації і знань, оптимізації мінливого бізнес-середовища.

Ключові слова: грантові проекти, літні школи, стартапи, освіта, культура, інформаційна підтримка, інформаційна сфера діяльності, бізнес.

В статье анализируются грантовые проекты, летние школы, стартапы как новые творческие формы информационной поддержки образования и культуры. Рассматриваются их взаимосвязи, содействие воплощению новых идей, эффективных средств получения информации и знаний, оптимизации меняющейся бизнес-среды.

Ключевые слова: грантовые проекты, летние школы, стартапы, образование, культура, информационная поддержка, информационная сфера деятельности, бизнес.

This article analyzes the grant projects, summer schools, startups as new creative forms of information support of education and culture. Consider their relationships, promote the latest ideas and effective means of obtaining information and knowledge, optimizing the changing business environment.

Keywords: grant projects, summer schools, startups, education, culture, information support, information sphere, business.

Relevance of grant projects, summer schools, startups is that they contribute to the implementation of new ideas, unusual but effective means of obtaining information and knowledge, optimizing the changing business environment.

Grant projects – a description of the development and implementation of their own unique products, ideas and services for fundraising and other assistance from donors. Thus, grantors hope that the project can then make profitable, or it will be at their own expense. From providing educational and informational projects more likely extension of partnerships, attracting large audiences of consumer information.

Examples of topics grant projects in the areas of education and culture:

1. Projects in the field of performing and visual arts.
2. The literary projects of cinema, photography, video projects.
3. Projects that provide for the creation of art exhibitions (painting, sculpture, photography, artifacts caricature).
4. Publishing of books, including fiction, art albums, textbooks, translated into other languages.
5. Educational projects, individual lectures, workshops, seminars, round tables with participation of domestic and / or foreign scientists, teachers, trainers, coaches, experts and other leading experts.
6. Projects of certain areas of information and library facilities.
7. Projects of certain activities of archival institutions.
8. Projects of certain activities of publishers.
9. Projects of certain areas of the media.
10. Projects of certain areas of information and analytical services.
11. Projects of certain activities of educational institutions.
12. Projects support educational and creative activities of individuals.

All grant projects primarily include the information component – educational institution, cultural institution or individual reports on their creativity and the expected synergistic effect which must receive final consumer, the very institution and its partners (sponsors) and Society generally in the case of a successful project.

Information is also the main component (after costs) in the project. Its structure is related to the following areas of work:

1) selection of professionals (advertising, competition);

2) involvement of volunteers;

3) alert potential users;

4) individual planning stages;

5) drafting the current document.

Technological features:

1) the use of computer hardware and software;

2) creation (use) the Internet sites;

3) construction of web-pages in social networks, in the appropriate forums, portals and more.

Grant support such innovative educational and information projects as «Summer School».

Summer School – a project designed to provide information and educational services in varying degrees to simulate professional or scientific community, and attract talented students to research.

Examples of subjects summer schools:

1. Summer school for students of science and medical specialties.

2. Learn from Google.

3. Free School of Journalism.

4. Creative improvisation summer school dedicated to the awakening of creativity.

5. Summer school of psychology.

6. Leadership Ethics in public life.

7. School art therapy.

8. Achievements and Applications of Contemporary Informatics, Mathematics and Physics.

Summer school is an alternative to various courses provide an opportunity to get acquainted with the basic knowledge of a particular academic or professional field, promote the development of existing knowledge, socialization, teamwork, communication skills added, but

cannot serve as a substitute for full training. Their main function - supporting information. Time – summer holidays and during vacations.

Summer School as a startup be interested donors. Startup - is another creative form of information support of education and culture, which pleased fund sponsors and investors. Startup (from the English. Start-up – start) – an online project or a young company, mobile enterprise, built on the idea of an innovative and promising product.

Online education – a major trend in the global market start-ups (53%).

Examples of successful local educational startups:

1. Highbrow – service email-mailing educational video courses. Each lasts exactly 10 days and consists of a five-minute episodes that come in the mail every morning to registered users.

2. Inclusive education for children with special educational needs in Zaporizhia Oblast startup Inclusive Education for Children with Special educational needs (http: // www.pedrada.com.ua/news/201-inkljuzivna-osvita-dlja-ditejj-z-osoblivimi-osvitnimi-potrebami-v-zaporizkijj-oblasti-startap)

3. Preply – Ukrainian service of local search and online tutors. It helps in a few clicks to find a suitable teacher or to place a request for search specialist foreign language for hobbies, school programs and even business.

4. Coursmos – another educational startup that develops and offers a platform for small online courses. One video lesson lasts no more than three minutes, and the course can include up to seven lectures. Video tutorials can write and publish on portal users themselves. Most courses are free.

5. CourseYard – educational project for students and teachers electronically training focused on schools, libraries and publishers. Provides online interaction and provides educational games, virtual experiments, training, collaboration, and more. May include PDF, EPUB and other formats as the main material for courses. CourseYard – is the creation, planning and monitoring of the learning process.

In addition to Grant, the initial support startup incubators (accelerators). These challenges and opportunities:

1. Education startups. At various workshops explaining how to create a presentation to prepare for work with investors.

2. Provide mentor teams. For a group of fixed startup specialist who is the most competent in the project. In addition, some accelerators offer advice accountants, lawyers and marketers.

3. Provision of infrastructure. Most startup incubators give his players a place to work (something like co working).

4. Participants go abroad. Often, a startup team, or at least one it's sent to learn from abroad: Europe, USA and others.

5. Accelerators invest. Not all, but some accelerators provide seed capital to projects or involve the cooperation of business angels (people who invest in startups without requiring benefits).

6. Startups participating in special events. This is an important component of which team gets new business card, communicates with experts of the industry (http://studway.com.ua/startap-inkubator/).

Famous Ukrainian universities startup incubators:

- Polyteco – a startup incubator based at OU "KPI". Works mainly with projects students (but not only) in the field of IT (http://www.polyteco.kpi.ua/).

- Start-up Business Incubator KNU – a youth business platform, which is based on Taras Shevchenko National University of Kyiv, brings together young scientists and students to solve applied problems through the implementation of innovative business start-up projects (https: // scp.univ.kiev.ua/ua/sbi)

According to the above draw conclusions regarding the prospects of new creative forms of information support of education and culture.

1. The development of grant projects, programs, summer schools, startups implies a current, relevant topics and needs created by innovative technology content.

2. Financing and receive other material resources for projects at the expense of sponsors, investors, partners and sponsors. The authors and organizers resorted to recruiting volunteers.

3. The impact of grant projects, programs, summer schools, startups is the continuation of projects and after disconnecting from donor funding. So the project has run into self-financing, bring significant economic benefits:

- Consumer – (knowledge (information) → money, professional recognition);
- For members (individual authors, universities, partners, sponsors, investors) – (money, ideas, knowledge (information) → recognition → significant dividends);
- Society – the development of information, education and cultural areas.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Хайдар Мухиддинович Муминов
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара, Узбекистан

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анотація: *Маркетингове дослідження - форма бізнес-дослідження і напрям прикладної соціології, яке фокусується на розумінні поведінки, бажань і переваг споживачів, конкурентів і ринків в диктується ринком економіці.*

Ключові слова: *маркетинг, дослідження, систематичний збір, анкети, опитування, переваги, недоліки*

Аннотация: *Маркетинговое исследование — форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике.*

Ключевые слова: *маркетинг, исследования, систематический сбор, анкеты, опрос, достоинства, недостатки*

Annotation: *Marketing research — a form of business study and the direction of applied sociology which is focused on understanding of behavior, desires and preferences of consumers, competitors and the markets in the economy dictated by the market.*

Keywords: *marketing, researches, systematic collection, questionnaires, poll, advantages, shortcomings*

Маркетинговые исследования – это систематический сбор, регистрация и анализ данных по проблемам, относящимся к маркетингу. Задачи исследования маркетинга входят в состав информационной системы маркетинга, являющейся частью информационной системы управления предприятием. Маркетинговые исследования связаны с принятием решений по всем аспектам маркетинговой деятельности. Все маркетинговые в двух разрезах:

оценка тех или иных маркетинговых параметров для данного момента времени и получение их прогнозных значений.

Маркетинговое исследование – процесс, состоящий из пяти этапов.

- На первом происходит четкое определение проблемы и постановка целей исследования.
- Второй этап – разработка плана сбора информации с использованием первичных и вторичных данных. Сбор первичных данных требует выбора методов исследования (наблюдение, эксперимент, опрос), подготовка орудий исследования (анкеты, механические устройства), составления плана выборки (единица выборки, объем выборки, процедура выборки) и выбора связи с аудиторией (телефон, почта и личное интервью).
- Третий этап – сбор информации с помощью внекабинетных или лабораторных изысканий.
- Четвертый этап – анализ собранной информации для вывода из совокупности полученных данных показателей среднего уровня, переменных составляющих и выявления разного рода взаимосвязей.
- Пятый этап – представление основных результатов, которые дадут управляющим по маркетингу возможность принимать более взвешенные решения.

В зависимости от того, какой продукт компания предлагает на рынке, объектами опросов на внешнем рынке могут быть индивидуальные потребители и домохозяйства на B2C-рынке либо предприятия и специалисты на B2B-рынке. Привлечение разных объектов накладывают отдельные ограничения па методику и непосредственное проведение исследования на каждом рынке.

В маркетинговых исследованиях используются следующие виды опросов.

1. **Анкетирование** (письменный опрос, т.е. личное заполнение анкеты респондентом).

2. **Личные формализованные интервью** (вопросы задает интервьюер и сам заполняет анкету).
3. **Глубинные интервью** (свободное, неформализованное обсуждение с возможностью корректировки сценария опроса).
4. **Телефонные интервью** (опрос проводится в ходе телефонного звонка).
5. **Групповые интервью**. У каждого из представленных видов есть достоинства и недостатки, вынуждающие исследователей для конкретных задач комбинировать форматы опросов, подбирая наиболее удобные для респондента, с целью достижения оптимального результата. Рассмотрим их подробнее.

Опросы – один из базовых методов сбора информации в маркетинговых исследованиях, наряду с анализом документации, наблюдением и экспериментированием. Но по значимости полученных данных опросы все же являются ведущим способом изучения рынка.

Во время опроса респондент отвечает на поставленные перед ним вопросы относительно его мнения по поводу предметов, ситуаций или предпочтений.

Опрос позволяет получать информацию об общественном мнении и массовомсознании, и именно эти параметры фиксируются на конкретный промежуток времени в определенной экономической ситуации.

Технология проведения опросов:

- разрабатывается анкета, которая будет формой будущего изучения;
- разрабатываются выборки и квоты;
- инструктируются интервьюеры;
- проводится опрос;
- осуществляется проверка качества полученной информации;
- полученные данные обрабатываются и анализируются;
- по результатам мероприятий составляется отчет, который является итогом опроса.

Далее вопросы объединяются по блокам: тематические и квалификационные. Данный способ предполагает наличие открытых и закрытых вопросов. Открытый вопрос рассчитан на свободный ответ респондента, закрытый – это выбор наиболее близкого варианта из нескольких предложенных.

Типы опросов:

- по виду контакта интервьюера и респондента (личный, телефонный, почтовый и интернет-опрос);
- по типу групп респондентов (юридические лица, эксперты или физические лица);
- от места, где будет проводиться опрос (дома, в месте продаж, на улице или в офисе);
- по типу масштабности опроса (общегосударственный, региональный или местный);
- по количеству единовременно опрашиваемых респондентов (индивидуальный или групповой);
- по числу тем, входящих в один опрос (одна или несколько);
- по частоте опросов (единовременный или многоразовый);
- в соответствии с уровнем стандартизации (четкая структурированность, частичная структурированность или свободная форма);
- анкетирование в маркетинге различают по способу отбора респондентов (сплошное и выборочное).

Основными **достоинствами** анкетирования являются:

- отсутствие фальсификации заполненной информации со стороны исследователей;
- анонимность респондентов, позволяющая минимизировать сокрытие информации;
- респонденты не видят посредника, который может оказывать на них психологическое давление;
- нет подсказки желательных ответов;
- возможность длительного обдумывания вариантов ответов при заполнении;

- использование большого количества задаваемых вопросов в анкете;
- возможность получить персональную информацию о респонденте;
- минимальная стоимость проведения данного мероприятия.

Однако при большом количестве достоинств данный вид опроса достаточно редко используется при исследованиях внешнего рынка. Причиной тому служат следующие существенные **недостатки:**

- очень сложно контролировать объем рабочей выборки, т.е. количество возращенных анкет (например, без дополнительной мотивации потребителей может возвращаться только около 5-10% анкет);
- проблемы с формированием репрезентативной выборки (отвечать может любой респондент, даже не входящий в требуемую целевую аудиторию);
- возможности пропуска вопросов при заполнении;
- высокая вероятность некорректного заполнения;
- длительные сроки сбора информации.

Анкетирование целевой аудитории – это исторически первый метод количественного маркетингового исследования. Первые анкеты известны человечеству с конца 19 века, когда они использовались в области клинической психологии. В сферу маркетинговых исследованийанкетирование пришло в 30-х годах 20 века. Как утверждают американские специалисты по истории экономики, первые анкеты в истории для проведения маркетинговых исследований были применены компанией AT&T для оценки удовлетворенности клиентов качеством телефонной связи.

Логика метода анкетирования заключается в отборе из состава генеральной совокупности выборки из необходимого количества людей и самостоятельного заполнения этими респондентами анкет на бумажном носителе. При условии корректного формирования правил выборки и метода отбора респондентов, результаты такого исследования должны быть идентичны с результатам опроса по генеральной совокупности, с известной долей погрешности.

ЛИТЕРАТУРА

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинговое_исследование
2. http://www.grandars.ru/student/marketing/marketingovye-issledovaniya.html

Санъат Султонович Рахматов,
Наргиза Нажмитдиновна Садулаева
Бухарские инженерно-технологические институт,
Бухара, Узбекистан

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Інформаційні системи управління (ІСУ) - це будь-які системи, які забезпечують людей даними або інформацією про операції, які виконуються в організації. ІСУ використовуються в діяльності працівників, власників, клієнтів та інших ключових осіб в організаційному середовищі. Підтримка цих осіб здійснюється або шляхом ефективної обробки даних для надання допомоги у виконанні робіт, пов'язаних з транзакціями (транзакція - регистрируемая операція бізнесу), або ефективним забезпеченням інформацією посадових осіб.

Ключова слова: інформація, транзакція, організація, система

Информационные системы управления (ИСУ) – это любые системы, которые обеспечивают людей данными или информацией об операциях, выполняемых в организации. ИСУ используются в деятельности работников, собственников, клиентов и других ключевых лиц в организационной среде. Поддержка этих лиц осуществляется либо путем эффективной обработки данных для оказания помощи в выполнении работ, связанных с транзакциями (транзакция – регистрируемая операция бизнеса), либо эффективным обеспечением информацией должностных лиц.

Ключевая слова: информация, транзакция, организация, система

Management Information Systems (MIS) - are any systems that provide data of people or information about operations carried out in the organization. ISU used in the activities of employees, owners, customers and other key persons in the organizational environment. Support for these individuals is carried out either by an efficient data processing to assist in the execution of works related to the transaction (a transaction - recorded business operation), or efficient provision of information officers.

Keywords: information, transaction, organization, system

ИСУ оказывают влияние на многие характеристики организации. Рассмотрим более подробно наиболее важные из них.

1. *Производительность труда (операционная эффективность).* Она имеет отношение к скорости, стоимости и качеству выполнения рутинных задач. Для повышения производительности труда в организациях применяют системы обработки транзакций. Например, для управления запасами на складе, чтобы сократить расходы, связанные с их содержанием. При этом компьютер определяет оптимальный запас изделий на складе, отслеживает текущее количество. Другой пример – повышение производительности труда работников офиса при помощи редакторов текста. При этом сокращается время подготовки текста, особенно в тех случаях, когда текст пересматривается несколько раз. Также производительность труда в офисе повышается за счет применения систем настольного издательства и систем презентационной графики.

2. *Функциональная эффективность* может быть улучшена за счет применения СППР. Например, компания American Express, производящая кредитные карточки, для повышения эффективности функций разрешения кредита использует системы искусственного интеллекта. Эти системы объединяют в себе мастерство всех лучших менеджеров по кредиту.

3. *Качество обслуживания клиентов.* Примером может служить применение банковских машин (банкоматов). Нормальный банкомат

работает 24 часа в сутки каждый день. Он позволяет снимать со счета наличные в любое время суток.

4. *Создание и улучшение продукции*. Продукция бывает двух видов: информационно-интенсивная и традиционная. Информационно-интенсивная продукция выпускается в банковской деятельности, страховании, финансовом обслуживании и т. д. Информационно-интенсивная продукция может быть создана и улучшена на основе современных информационных технологий.

5. ИСУ открывают перед компанией возможность *изменения основ конкуренции.* Например, в 70-х гг. один крупный дистрибьютор журналов и газет начал фиксировать информацию о еженедельных поставках и возврате печатной продукции от каждого продавца. После этого он использовал программу, которая определяла доход от единицы площади каждого издания для каждого продавца, затем – сравнивал полученные результаты, группируя их по экономически и этнически подобным районам. После этого дистрибьютор сообщал каждому из продавцов оптимальный для его района ассортимент изданий. Это позволило увеличить доход дистрибьюторам и розничным торговцам.

6. *Закрепление клиентов и отдаление конкурентов.* Информационные системы конкурентоспособных преимуществ (ИСКП) обслуживают стратегические потребности организации. ИСКП дают мгновенный и быстрый доступ к информации о важнейших факторах, влияющих на достижение фирмой своих задач. Но главное то, что ИСКП производят такие информационные продукты и услуги, которые содействуют привлечению клиентов к своей фирме за счет клиентов конкурента. Например, банковские пластиковые карточки дают более надежную защиту от кражи наличных денег, поэтому клиент нередко выбирает именно тот банк, который предоставляет услуги в виде пластиковых карточек.

ИСКП – это фактически комплекс многих других видов ИС. Рыночные условия требуют от фирм, банков, корпораций постоянно изыскивать новые возможности для повышения

конкурентоспособности. В последнее время весомые преимущества создаются за счет использования телекоммуникаций, локальных, корпоративных, и глобальных компьютерных сетей. Они, во-первых, позволяют привлекать клиентов сокращением времени обслуживания или предоставления им комфорта, во-вторых, повышают качество и оперативность работы менеджеров в процессе принятия решений за счет скоростного сбора данных от региональных подразделений и оперативного анализа данных.

Литература

1. К.А. Багриновский, Е.Ю. Хрусталев «Новые информационные технологии».М.: ЭКО. 1996 г.
2. С.И. Майоров «Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг». М.: «Финансы и статистика». 1993
3. Устинова Г.М. Информационные системы менеджмента/ Учебное пособие. – СПб: Изд-во «ДиаСофт ЮП», 2000. – 368 с.

Аліна Застеба
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. *У статті досліджено сутність інформаційного забезпечення діяльності підприємства. Обґрунтовано значення інформаційного забезпечення для здійснення ефективної господарської діяльності сучасних підприємств.*

Ключові слова: *інформаційне забезпечення, підприємство, господарська діяльність, значення.*

Аннотация. *Исследована сущность информационного обеспечения деятельности предприятия. Обосновано значение*

информационного обеспечения для осуществления эффективной хозяйственной деятельности современных предприятий.

***Ключевые слова**: информационное обеспечение, предприятие, хозяйственная деятельность, значение.*

***Annotation**. The essence of the information support the enterprise activity. Substantiates the importance of information support for effective economic activities of modern enterprises.*

***Key words**: information security, enterprise, economic activity, value.*

Сучасне підприємство потребує інформації не тільки на етапі досягнення поставлених цілей, але й на етапі визначення мети. Інформаційні потреби є наслідком необхідності орієнтування господарюючого суб'єкта в навколишньому середовищі. Для адекватного й актуального інформаційного наповнення необхідне свідоме створення на підприємстві єдиного інформаційного середовища, яке б поєднувало принципи та механізми інформаційного забезпечення прийняття стратегічних і тактичних управлінських рішень.

Необхідно зазначити, що проблематика роботи з інформацією у вітчизняних компаніях є досить новою, бо досі в багатьох компаніях існує інформаційний дефіцит: не володіють інформацією про ринок або мають лише часткові дані. Однак необхідність створення ефективної системи інформації сьогодні стає очевидною на українському ринку: загострення конкурентної боротьби й поступове насичення товарних ринків приводять до того, що компаніям все важче зберігати свої ринкові позиції, діючи в інформаційному вакуумі. Тому умовою стабільного функціонування та ефективної реалізації напрямів розвитку підприємства є використання в його діяльності принципів та інструментарію інформаційного забезпечення.

У загальному розумінні під інформаційним забезпеченням вважається наявність інформації, необхідна для управління економічними процесами, що міститься в базах даних інформаційних систем [4, с. 260].

Ф.С. Воройський зазначає, що інформаційне забезпечення – це

сукупність процесів з підготовки та надання спеціально підготовленої інформації для вирішення управлінських, наукових, технічних та інших задач відповідно до етапів їх розв'язування [1, с.158].

Н. М. Кривошеєва під інформаційним забезпеченням діяльності підприємства розуміє сукупність форм, методів та інструментів управління інформаційними ресурсами, необхідних і придатних для реалізації аналітичних і управлінських процедур, що забезпечують стабільне функціонування підприємства, його стійкий перспективний розвиток [6, с.172].

У свою чергу, Р. А. Калюжний та В. О. Шамрай визначають інформаційне забезпечення як: забезпеченість системи управління відповідною множиною інформації; діяльність, пов'язану з організацією збору, реєстрації, передачі, зберігання, опрацювання і представлення інформації; діяльність щодо формування цілеспрямованої суспільної й індивідуальної свідомості суб'єктів суспільних відносин щодо управління у конкретній сфері суспільних відносин (реклама, формування іміджу суб'єкта управління, інформаційні операції, інформаційна боротьба тощо) [5, с. 39].

М. П. Денисенко зазначає, що в науково-економічних дослідженнях спостерігаються різні підходи до визначення сутності інформаційного забезпечення: як інформаційного обслуговування управління; як заходів зі створення інформаційного середовища управління; як сукупності дій з надання необхідної для управлінської діяльності інформації в зазначене місце на основі певних процедур із заданою періодичністю [3, с.20].

Отже, під інформаційним забезпеченням діяльності підприємства будемо розуміти сукупність даних, організацію їх введення, обробку, збереження та накопичення, пошуку, а також поширення в межах компетенції зацікавленим особам в зручному для них вигляді.

Інформаційне забезпечення поширює інформацію для користувачів, необхідну для вирішення управлінських, науково-виробничих та інших питань, що виникають у процесі діяльності. Зміст

кожної конкретної інформації визначається потребами управлінських ланок і процесів управління для прийняття обґрунтованих раціональних рішень.

Ключовими принципами інформаційного забезпечення діяльності підприємства є такі:

1) взаємообумовленість джерел інформації, що забезпечує цілісність інформаційного масиву, що використовується в стратегічному процесі підприємства;

2) збалансованість зовнішніх та внутрішніх джерел інформації, що сприятиме повноті та несуперечності інформаційного забезпечення діяльності підприємства;

3) правомочність інформації, що позначається на її достовірності;

4) відкритість внутрішньої інформації підприємства, що підвищує інформаційну прозорість та «якість» інформаційного середовища підприємства;

5) системність інформаційних джерел, що позначається у цілеспрямованій, упорядкованій та свідомій роботі з інформацією та забезпечує її релевантність у контексті підготовки та реалізації стратегічних рішень [2, с.208].

Передумови і можливості інформаційного забезпечення діяльності підприємства визначаються, перш за все, сучасними тенденціями розвитку інформаційного ринку та новітніми методами управління й інформаційної підтримки розвитку підприємства на всіх рівнях господарювання.

Для підприємства інформаційне забезпечення виступає важливим інструментом для здійснення господарської діяльності та забезпечує появу низки конкурентних переваг, а саме:

1) ефективність та результативність господарської діяльності;

2) гнучкість та адаптивність підприємства у процесі господарювання;

3) інформаційна забезпеченість (поінформованість про стан і тенденції розвитку ринку та галузі, поведінку споживачів і конкурентів, можливі напрямки розвитку підприємства тощо);

4) раціональність розподілу та використання інформаційних ресурсів (наявність ефективних каналів та способів розповсюдження інформації, наявність та використання зворотного зв'язку);

5) сприяння розробленню та впровадженню інновацій.

Ефективність інформаційного забезпечення діяльності підприємства безпосередньо залежить від організації його інформаційної взаємодії з різними суб'єктами на ринку інформаційних продуктів і послуг, державної інформаційної підтримки розвитку підприємства, а також формування його інформаційного простору.

В умовах бурхливого і динамічного росту сучасного ринку інформаційних продуктів і послуг результативність функціонування підприємств значною мірою залежить від організації їх ефективної взаємодії з суб'єктами ринкового середовища та формування адекватної інформаційної інфраструктури підприємства. Однією з важливих умов формування такої інфраструктури є надання відповідної підтримки на державному і регіональному рівнях у рамках державної інформаційної політики.

Видається доцільним здійснити такі заходи щодо покращення рівня інформаційного забезпечення діяльності підприємства: збільшення інформаційної насиченості діяльності підприємств; підвищення рівня якості інформації; підвищення питомої ваги таких джерел інформації, як постачальники, замовники, споживачі, конкуренти, посередники, рекламні агентства, засоби масової інформації, Internet; активніше використовувати опубліковані джерела інформації та інформаційної індустрії.

Отже, ефективність використання інформаційних ресурсів підприємства визначає результативність реалізації не тільки його поточних завдань, а й стратегічних цілей розвитку, що потребує принципово нових підходів до інформаційного забезпечення всієї діяльності. Підвищення рівня інформаційного забезпечення діяльності підприємства приводить до збільшення оперативності та адекватності процесу прийняття управлінських рішень, зростання показників

ефективності діяльності підприємства, стабілізації його фінансового стану. Все це веде до посилення конкурентних позицій підприємства.

Література

1. Воройский, Ф. С. Информатика. Новый систематизированный толковый словарь–справочник. – М. : Либерия, 2001. – 536 с.

2. Гребешков, О. М. Інформаційне забезпечення діяльності підприємства: інформаційні потреби та джерела їх задоволення / О.М. Гребешков // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – С. 205 – 208.

3. Денисенко, М. П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М. П. Денисенко, І. В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – № 7. – С. 19–24.

4. Дяків, Р. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р.Дяків. – К. : Міжнародна економічна фундація, 2000. – 704 с.

5. Калюжний, Р. А. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності в умовах інформатизації: організаційно–правові питання теорії і практики : монографія / Р. А. Калюжний, В. О. Шамрай, М. Я. Швець. – К. : АДПС України, 2002. – 296 с.

6. Кривошеєва, Н. М. Інформаційне забезпечення потреб сучасного підприємства / Н. М. Кривошеєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 1(2). – С. 170–178.

Олим Саидович Мирзаев
Бухарские инженерно-технологические институт,
Бухара, Узбекистан

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА, ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ИТ

Под управленческой информацией понимается совокупность сведений о процессах, протекающих внутри организации и в ее окружении. Их использование позволяет снизить неопределенность при принятии решений. Поэтому управленческая деятельность начинается со сбора, накопления и переработки информации, которая сегодня превратилась в важнейший ресурс развития любой организации.

Ключевая слова: управления, организация, информация, процесс

Під управлінською інформацією розуміється сукупність відомостей про процеси, що відбуваються всередині організації і в її оточенні. Їх використання дозволяє знизити невизначеність при прийнятті рішень. Тому управлінська діяльність починається зі збору, накопичення та переробки інформації, яка сьогодні перетворилася в найважливіший ресурс розвитку будь-якої організації.

Ключова слова: управління, організація, інформація, процес

Under the management of information understood as a set of information about the processes taking place within the organization and in its environment. Their use can reduce uncertainty in decision making. Therefore, management activities begins with the collection, storage and processing of information, which has now become a major resource of any organization.

Keywords: management, organization, information, process

Взаимосвязь показателей менеджмента реализуется функциональными подсистемами, блоками и комплексами функциональных задач. В связи с разнообразием обрабатываемой информации и степенью ее важности для принятия решения

функциональные подсистемы формируются с учетом управления в целом, блоки — по отдельным функциям управления, а комплексы задач – по элементам процесса (средства труда, труд, предметы труда, продукты труда). Реальный состав функциональных подсистем, блоков и комплексов задач исторически складывался под влиянием субъективных и объективных факторов управления процессом.

На предприятиях в условиях функционирования ИС рассматриваются следующие функциональные подсистемы организационного управления: управление технической подготовкой производства (управление конструкторской подготовкой производства и управление технологической подготовкой производства), технико-экономическое управление, оперативное управление основным производством, управление материальными ресурсами (материально-техническим снабжением), управление сбытом, управление персоналом, управление вспомогательным производством (инструментальным, энергетическим, ремонтным, складским хозяйством) и управление качеством.

Подсистемы *управления конструкторской* и *технологической подготовкой* занимают особое место в управлении производством, поскольку создают нормативную базу для решения функциональных задач управления в целом. Подсистема технико-экономического управления включает в себя блоки функциональных задач по технико-экономическому планированию, бухгалтерскому и статистическому учету и отчетности, технико-экономическому анализу и принятию решения. Подсистема оперативного управления основным производством состоит из блоков функциональных задач оперативно-производственного планирования, оперативного учета и отчетности, оперативного анализа и принятия решения. Подсистемы управления материальными ресурсами, сбытом и персоналом состоят из блоков функциональных задач по планированию, учету, отчетности, анализу и принятию решения соответственно снабжения материальными ресурсами, реализации готовой продукции и обеспечения необходимым персоналом. Управление вспомогательным

производством включает в себя блоки функциональных задач по планированию, учету, отчетности, анализу и принятию решения процессов обеспечения основного производства инструментом, энергией, транспортом, ремонтными работами и складскими помещениями.

Технологическое управление в связи с его спецификой может рассматриваться как самостоятельная функциональная подсистема ИС. Блоки задач этой подсистемы связаны с выполнением функций (планирования, или настройки входных параметров работы технологической линии; учета ситуаций, анализа и принятия решения в реальном времени). Функциональная подсистема технологического управления, как уже говорилось, тесно связана с функциональными подсистемами ИС организационного управления. Это обстоятельство позволяет рассматривать организационное и технологическое управление как единое целое, имеющее общую информационную основу.

Перечисленные функциональные подсистемы и блоки задач менеджмента в условиях ИС обеспечивают информацией менеджеров всех уровней управления в соответствии с областями их ответственности. Для реализации обеспечения менеджеров информацией в условиях ИТ основное внимание уделяется специфике информации, обрабатываемой внутри блоков задач и их взаимосвязи с другими блоками и подсистемами. Выявление внутренних и внешних информационных связей необходимо для создания баз данных, выбора различных видов моделей (экономико-математических, имитационных, статистических, моделей информационной взаимосвязи), организации движения потоков информации и документооборота, определения программных и технических средств,) сбора, регистрации, обработки и обмена информацией.

В подсистеме управления технической подготовкой производства в условиях ИС реализуются задачи по нормированию процесса. Спецификой данной подсистемы как нормативной базы

является генерирование информации для комплексов задач технико-экономического и оперативно-производственного планирования и подсистемы управления материальными ресурсами. Для этой подсистемы в части конструкторской подготовки производства характерна детализация расчетов по операциям, деталям и сборочным соединениям. Программные средства должны обеспечивать автоматизацию проектирования конструкторской документации в полном соответствии со стандартами единой системы конструкторской документации (ЕСКД), автоматизацию получения чертежей и манипуляцию с ними, поддержку рядов стандартных изделий. Программное обеспечение технологической подготовки производства должно реализовывать проектирование технологического процесса изготовления деталей любой конфигурации, оптимальные режимы работы технологической линии. Особое внимание при проектировании технологических процессов уделяется использованию математических моделей синхронизации протекания технологических операций.

В *технико-экономическом планировании* решаются задачи: формирование оптимального производственного плана с точки зрения различных критериев оптимальности; распределение годовой программы на полугодие, квартал, два месяца, месяц; расчет коэффициентов использования мощности и загрузки оборудования по группам взаимозаменяемого оборудования на изделие-представитель; определение дополнительной потребности в оборудовании. Здесь же реализуются задачи по труду и заработной плате, которые осуществляют расчеты нормативной и плановой трудоемкости программы, плановой численности рабочих, фонда заработной платы и др. В финансовой части технико-экономического планирования осуществляется расчет нормативных и плановых калькуляций сборочных соединений и изделий; нормативной и плановой себестоимости программы изготовления деталей, сборочных соединений, изделий в разрезе плановых периодов, а также величины прибыли. Для блока задач технико-экономического планирования

характерны сложные внешние и внутренние информационные связи. Блок получает информацию от подсистем управления технической подготовкой производства и обменивается информацией с подсистемами оперативного управления основным производством, управления сбытом, материальными ресурсами, персоналом и вспомогательным производством. Блок характеризуется высокой степенью внутренней информационной взаимосвязи комплексов задач и отдельных функциональных задач. Например, информация о годовой программе и сводных нормах времени и расценках позволяет определить нормативную трудоемкость выполнения программы и требуемое количество рабочих по профессиям и разрядам. Наибольшая информационная нагрузка характерна для осуществления расчетов по нормативной и плановой калькуляции себестоимости единицы продукта труда. Для реализации данного блока в условиях ИТ требуется использование оптимизационных экономико-математических моделей.

В блоке *бухгалтерского учета и отчетности* реализуются комплексы задач по разделам бухгалтерского учета и отчетности. Данный блок осуществляет внешние информационные связи (обмен информацией) с подсистемами управления: технической подготовкой производства, материальными ресурсами, сбытом, персоналом, вспомогательным производством. Внутренний обмен информацией происходит с блоками технико-экономического планирования и анализа. Функциональные задачи данного блока характеризуются большой трудоемкостью, несложными алгоритмами расчетов, возможностью группировки и перегруппировки учетной информации в самых различных направлениях.

Литература

1. Ковалев В.В. Основы финансового менеджмента. — М.: Финансы и статистика, 1999.

2. Романов А.Н., Одинцов Б.Е. Советующие информационные системы в экономике. - М.: ЮНИТИ, 2000.

3. Мельников В. Защита информации в компьютерных системах. — М.: Финансы и статистика, Электронинформ, 1997.

4. Ковалев В.В. Основы финансового менеджмента. — М.: Финансы и статистика, 1999.

5. Короткое Э.М. Исследование систем управления: Учебник для вузов. - М.: ДеКа, 2000.

6. Экономическая информатика и вычислительная техника /Под ред. В.П. Косарева, А.Ю. Королева. — М.: Финансы и статистика, 1996.

Тетяна Лугова, Наталія Федоренко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

КАРТОГРАФУВАННЯ ЗНАНЬ ТА ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. *У статті розглянуто взаємозв'язок картографування знань та гейміфікації як інструментів інформаційного менеджменту підприємств, доведено важливість їхнього поетапного впровадження та ефективність застосування.*

Ключові слова: *карта знань, гейміфікація, інформаційний менеджмент, ігрові елементи, візуалізація. Измени ниже по образцу желтого*

Аннотация. *В статье рассмотрена взаимосвязь картографирования знаний и геймификации как инструментов информационного менеджмента предприятий, доказана важность их поэтапного внедрения и эффективность применения.*

Ключевые слова: *карта знаний, геймификация, информационный менеджмент, игровые элементы, визуализация.*

Abstract*. The article discusses the relationship mind mapping and gamification as tools of information management businesses, proved their importance phased implementation and effectiveness.*

Key words: *mind map, gamification, information management, game elements, visualization.*

В умовах становлення і розвитку інформаційного суспільства, у тому числі й в Україні, інтелектуальна робота, спеціальні знання і комунікації стають факторами нових управлінських інформаційних технологій і конкурентоздатності у сфері бізнесу і виробництва. При стрімкому зростанні глобальної конкуренції, інтелектуальний потенціал стає ключовим ресурсом розвитку будь-якої організації. Тож вивчення і оцінка інтелектуального потенціалу персоналу є важливою і невід'ємною частиною системи управління підприємством і спрямована на підвищення ефективності його функціонування. На сьогодні набирає популярності управління персоналом з елементами гри, оскільки сприяє підвищенню мотивації до роботи, якості виконання, зміцненню команди, стимулюванню творчості колективу, виявленню нових знань. Тому важливими є створення і розвиток комплексних методик вивчення, оцінки та управління інтелектуальним капіталом як стратегічним ресурсом організації. Трендовими методиками інформаційного менеджменту останнього десятиліття є «Mind maps» (картографування знань) та гейміфікація (ігрофікація).

Треба констатувати, що картографування знань та гейміфікація є методиками візуалізації сухих даних про діяльність організації в цілому та кожного зі співробітників. Кожен з цих методів представлення інформації має багату історіографію. Так, дослідження картографування знань загалом зберігають прикладний характер: розглядаються правила складання карт знань [7; 2], програмне забезпечення та сервіси для створення інтелект-карт [12], досліджуються шляхи використання карт знань для створення професіограм [5], картографування знань як інструмент вивчення інтелектуального потенціалу освітніх установ [8]. Теоретичне

обґрунтування карт знань подається в працях А. Снітко [11]. Незважаючи на порівняно короткий час розвитку гейміфікації, існує чимало досліджень з проблем впровадження гейміфікації у бізнесі [3; 4], ігрові елементи у мотивації персоналу та клієнтури [4; 9; 10] тощо. Накопичений досвід щодо картографування знань та гейміфікації породжує питання характеру взаємоз'язку цих методик як інструментів інформаційного менеджменту підприємства.

Мета дослідження — розкрити можливості застосування карт знань та ігрових методик як інструментів інформаційного менеджменту підприємства.

Карти знань («MindMap») — діаграми, схеми, що в наочному вигляді представляють різні ідеї, завдання, тези, зв'язані один з одним і об'єднані якоюсь загальною ідеєю. Карта дозволяє охопити всю ситуацію в цілому, а також утримувати одночасно в свідомості велику кількість інформації, щоб знаходити зв'язки між окремими ділянками, бракуючи елементи, запам'ятовувати інформацію і бути здатним відтворити її навіть через тривалий термін [7]. Словник з менеджменту знань визначає карту знань, як «карту, що відображає розподіл елементів знань між різними об'єктами організації, такими як організаційна одиниця, функція, процес, місцезнаходження і т. ін. Створення та підтримка карти знань є основними завданнями аудита знань» [11].

У контексті управління знаннями технологія картографування знань розглядається як: один з етапів аудиту знань організації (Т. Андрусенко [1]); метод управління знаннями для підвищення ефективності організації (Н. В. Знаменськая [5]); програмне забезпечення (А. Кутовенко [7], Р. Тертишний [12]). Тож в сучасних умовах карту знань використовують як один з інструментів вивчення та управління інтелектуальним потенціалом організації, а процес ідентифікації знань і умінь, необхідний для продажу або вироблення рішення називають *картографуванням знань*. Метою цього процесу є визначення того, які знання потрібні і де вони розташовані. Результат картографування знань полягає не тільки у визначенні знань, якими

потрібно управляти, але і того, як саме необхідно управляти знаннями [11, 101].

Як стверджує більшість вчених, інтелект-карти можуть застосовуватися в багатьох галузях людської діяльності, таких як: бізнес, навчання, професійна діяльність, повсякденне життя, процес саморозвитку. Тому спрямовані на запам'ятовування, пошук і структуризацію інформації, управління часом та проектами, ухвалення рішень, генерацію ідей («мозковий штурм»), написання текстів, планування, підготовку презентації тощо [6,8]. Карти знань можна використовувати для різних цілей: навчання новачків, консолідації ресурсів, необхідних для виконання проекту, створення можливості для кращих комунікацій співробітників, візуалізація всіх ресурсів і інформаційних можливостей організації і так далі.

Гейміфікація (або ігрофікація, від англ. Gamification) — комплекс мотиваційних управлінських технік, ігрових методик, що використовуються в неігрових ситуаціях [3]. Професор Школи Уортона при Пенсильванському університеті Кевін Вербах (KevinWerbach) вважає, що гейміфікація дозволяє об'єднати наші пізнання в іграх і бізнесі, а інструментарій розробників ігрових технік можна застосовувати у вирішенні проблем у діловій сфері [10, 4].

Гейміфікація проявляється у трьох формах: 1) змагання, головна складова ігрової мотивації, де використовуються такі елементи, як турнірні таблиці, зрозумілі цілі та правила; 2) механізм типу «безпрограшний» («Win-win»), гра без переможця, яка приємна своїм процесом; 3) естетика, мета якої візуалізувати, зробити зрозумілими та приємними цілі, завдання, вектор розвитку, підвищити видимість результатів роботи співробітників [4, 12].

Аналіз застосування ігрових методик в інформаційному менеджменті дає підстави виділити такі напрямки гейміфікації [9, 1929-1931]:

- як інструмент візуалізації бізнес-процесів організації, їхнього ситуативного та прогностичного аналізу шляхом занурення в змодельовану електронною грою ситуацію;
- як інструмент залучення співробітників до роботи та мотивації персоналу (за виконану роботу працівник отримує бали, що фіксуються на спеціальному онлайн-сервісі, а потім трансформуються в фінансові або нефінансові винагороди);
- як ефективний метод навчання персоналу на робочих місцях (використання онлайн-тренажерів, ігор-симуляторів);
- як інструмент командоутворення і розвитку корпоративної культури;
- як інструмент рекрутингу та адаптації (застосування при прийнятті на роботу спеціальних ігрових тестів на сумісність з цінностями компанії, організація творчих конкурсів);
- як інструмент, що підвищує ефективність інноваційного процесу в організації (наприклад, створення онлайн-платформи, на якій співробітники розміщують свої ідеї, а також можуть голосувати та обговорювати ідеї своїх колег);
- як інструмент візуалізації успіхів та досягнень (за допомогою віртуальних дошок пошани, лайків та коментарів співробітники підтверджують користь своїх дій не тільки зі сторони керівництва, а й колег).

Таким чином, ігрофікацію слід використовувати, передусім, для формування певних навичок або поведінки; їх більшої візуалізації, адже неявні знання та навички (досвід, інтуїція, майстерність тощо) важко продемонструвати за допомогою традиційних методик; щоб захопити учасників, створити своєрідне змагання між ними; щоб учасники самі могли спостерігати за своїм прогресом.

Основою картографування знань та гейміфікації є візуалізація, спільними завданнями – вплив з метою підвищення ефективності роботи підприємства (мотивація), скорочення часу для аналітики проблемних питань роботи. Але якщо картографування знань є інструментом формування внутрішньої мотивації (візуалізація, що

пришвидшує осмислення, пошук, встановлення зв'язків, оцінку), то гейміфікація спрямована на зовнішню або дієву мотивацію (використання сценарних елементів, характерних для геймплея, таких як віртуальні нагороди, статуси, рівні тощо). Картографування знань як елемент інфорграфіки являє собою статичну візуалізацію даних та інформації, гейміфікація – є динамічною (анімованою) візуалізацією з інтерактивним підходом.

Слід зауважити, що гейміфікація неможлива без попереднього картографування інтелектуального потенціалу, оскільки тільки глибоке розуміння авуарів знань може визначити можливість і необхідність впровадження ігрових методик. Тож картографування знань має передувати впровадженню гейміфікації. Це дає можливість виконати такі завдання:

- визначити рівень знань кожного конкретного співробітника і команди в цілому і стимулювати їх розвиватись у потрібному напрямі;
- виявити лідерів в певних галузях (підрозділах);
- забезпечити візуалізацію результатів роботи кожного з працівників;
- забезпечити весь персонал оперативним зворотнім зв'язком за результатами діяльності;
- підвищити якість комунікацій в команді, рівень мотивації;
- підвищити рівень продуктивності праці.

Подальші перспективи досліджень можуть бути спрямовані на аналіз та перевірку дієвості механік картографування та гейміфікації для консолідації всіх складових інтелектуального капіталу та оптимізації використання документно-інформаційних ресурсів підприємницьких та бізнес-організацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрусенко, Т. Методика аудита знаний [Электронный ресурс] / Т. Андрусенко // Корпоративные системы.— 2007.— № 1. — Режим доступа : http://www.management.com.ua/ims/ims129.html

2. Бехтерев, С. Майнд-менеджмент: Решение бизнес-задач с помощью интеллект-карт [Текст] / С. Бехтерев; под ред. Г. Архангельського.— М. : Альпина Паблишерз, 2009. — 308 с.

3. Вербах, К. Вовлекай и властвуй: игровое мышление на службе бизнеса [Электронный ресурс] / К. Вербах, Д. Хантер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. - 223 с. – Режим доступа : http://www.mreadz.com/read-274600

4. Зикерманн, Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов [Электронный ресурс] / Г. Зикерманн, Д. Линдер; пер. с анг. И. Айзятуловой. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с. – Режим доступа : http://successlib.ru/gejmifikaciya-v-biznese/

5. Знаменская, Н.В. Применение карты знаний как метода управления знаниями для повышения эффективности [Текст] / Н. В. Знаменская // Государственное управление. Электронный вестник. — 2011. — Вып. № 26. —7 с.

6. Карты ума. Mind Manager / авт.-сост. В. И. Копыл. — Минск : Харвест, 2007.— 64 с.

7. Кутовенко, А. Карты разума и Free Mind // Компьютерная газета [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.nestor.minsk.by/kg/2008/04/kg80413.html

8. Лугова, Т. А. Картографування знань як інструмент вивчення інтелектуального потенціалу кафедр ВНЗ [Электронный ресурс] / Т.А. Лугова, С.П. Мельник, О.Є. Акімов // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: зб. матеріалів Між нар. наук.-практ. конф., Одеса, вересень 2013 р. – Одеса: Друк, 2013. – С.81-94. – Режим доступу : http://storage.library.opu.ua/online/periodic/iopktXXI/081-094.pdf

9. Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации [Электронный ресурс] // Российское предпринимательство. — 2015. — Т. 16. — № 12. — С. 1923-1936. — Режим доступу : http://dx.doi.org/10.18334/rp.16.12.390

10. Сергеєва Л.. Гейміфікація: ігрові методики мотивації персоналу [Электронный ресурс] / Л. Сергеєва // Theory and methods of educational management. — 2014. – № 2(14). – Режим доступу : http://lib.iitta.gov.ua/6072/1/геймиф|я_(1).pdf

11. Снитко, А. Динамическая карта знаний (на кулинарном примере) [Электронный ресурс] / А. Снитко.— Режим доступа : http://www.distance-learning.ru/db/el/8203D4C521354664C3257497002E061E/doc.html

12. Тертышный, Р. Ментальные карты [Электронный ресурс] / Р. Тертышный.— Режим доступа : http://www.bestfree.ru/soft/graph/mindmap.php#Explain

13. Словарь по менеджменту знаний [Электронный ресурс]. – Загол. з екрану.— Режим доступа : http://kmtec.ru/publications/glossary/

Олена Дворник, Анна Бойко
Національний педагогі́чний університет
ім. М.П. Драгоманова
Київ, Україна

РОЛЬ ІНОФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Анотація: *Проаналізовано інформаційні системи в управлінні організацією, розглянуто функції інформаційних систем, процеси, що забезпечують їх роботу, визначено роль інформаційних систем в управлінні організацією.*

Ключові слова: *інформаційні системи, управління, організація.*

Аннотация: *Проанализированы информационные системы в управлении организацией, рассмотрены функции информационных систем, процессы, обеспечивающие их работу, определена роль информационных систем в управлении организацией.*

***Ключевые слова**: информационные системы, управление, организация.*

***Annotation:** The analysis in management information systems organization, examined the functions of information systems, processes, ensuring their work, the role of information systems in the management of the organization.*

***Keywords**: information systems, management, organization.*

Термін «інформація» – широко використовувався в усі часи. Але в останні десятиліття інформацію розглядають, як один з основних ресурсів розвитку суспільства, а інформаційні системи - як засіб підвищення продуктивності праці та ефективності управління організацією. Грицунов О. В. розглядає «інформаційну систему» в управлінні організацією, як сукупність внутрішніх і зовнішніх потоків прямого і зворотного інформаційного зв'язку певних об'єктів, засобів, фахівців, що беруть участь у процесі обробки інформації та виробленні управлінських рішень [1 с.7.]. Інформаційні систем в управлінні організацією в своїх працях також розглядали як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, зокрема І. О. Белебехи, Ф. Ф. Бутинця, І. І. Каракоза, А. Н. Кашаєва, Т. М. Ковальчук, М. С. Пушкаря, О. Х. Румак, П. Т. Саблука, В. К. Савчука, В. В. Сопка, М. Г. Чумаченка та інші. Актуальність цього питання цілком очевидна. Інформаційні системи дають можливість оптимізувати і раціоналізувати управлінські функції за рахунок застосування нових засобів збору, передачі і перетворення інформації. Реформа методів управління організаціями за рахунок інформаційних систем спричинить не тільки перебудову організації процесу автоматизації управлінської діяльності, але і поширення нових форм реалізації цієї діяльності.

Інформаційна система не тільки відображає функціонування об'єкта управління, а й впливає на нього через органи управління. Вона є сукупністю інформаційних процесів для задоволення потреби в інформації різних рівнів прийняття рішень, її метою є продукування

інфромації для використання управлінським апаратом. Відповідно вона забезпечує нагромадження, передачу, збереження, оброблення та узагальнення інформації "знизу вгору", а також конкретизацію інформації "зверху вниз".

Інформаційна система управління вирішує поточні завдання стратегічного, тактичного і оперативного планування, а також завдання оперативного обліку організації. Тому можна виділити основні функції, які має виконувати інформаційна система для ефективного управляння організацією. До цих функцій відносяться:

- вчасне та якісне оброблення інформації в усіх аспектах, що цікавлять систему управління;
- відстежування та формування необхідної для управління зовнішньої і внутрішньої інформації;
- забезпечення постійного накопичення, системи збереження і відновлення всієї необхідної інформації;
- забезпечення передачі необхідної інформації в задані пункти;
- реалізація швидкого доступу, пошуку та видачі необхідної інформації;
- здійснення інформаційно – управлінського впливу на управління та його рівні у випадку відхилень фактичних значень від задач;
- забезпечення оптимальних розрахунків в міру змін критеріїв та умов функціонування об’єкта управління;
- визначення основних тенденцій, закономірностей і показників розвитку об’єкта управління;
- визначення основних показників техніко-економічної діяльності об’єкта управління;
- забезпечення отримання всіх обліково-звітніх, та інших форм документів.[2 с.12]

Інформаційні системи, відслідковуючи всі фази виробничого процесу, сприяють поліпшенню керування й контролю, більш раціональному плануванню й використанню персоналу і, як наслідок,

зниженню собівартості продукції й послуг. Тому роль інформаційних систем в процесі управління організацією можна означити такими характеристиками:

- забезпечує збір, зберігання і оперативний доступ до облікової інформації фірми;
- за рахунок інформованості управлінського персоналу про поточний стан економічного об'єкта забезпечувати зростання продуктивності праці, скорочення невиробничих втрат;
- підвищення ступеня обгрунтованості і своєчасність прийнятих рішень за рахунок оперативного збору, передачі і обробки інформації;
- домагатися зростання ефективності управління за рахунок своєчасного і повного уявлення необхідної інформації керівникам усіх рівнів управління з єдиного інформаційного фонду;
- погоджувати рішення, що приймаються на різних рівнях управління і в різних структурних підрозділах.

Отже, перспективи застосування інформаційних систем в управлінні організацією досить великі, оскільки організація як система за своїм визначенням вимагає взаємозв’язку між частинами для утворення складного інтегрованого цілого. Також впровадження інформаційних систем у процес управління організацією здатне забезпечити його конкурентоспроможність, а отже здатність зайняти найбільш вигідну позицію в маркетинговому середовищі, що постійно змінюється та формується під впливом різноманітних факторів.

Література

1. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. для студентів за напрямом підготовки «Транспортнітехнології» / О. В. Грицунов//Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 222 с.
2. Василів В.Б. Інформаційні системи в менеджменті. / В.Б.Василів // - Рівне.: НУВГП, 2008. – 167 с.
3. Клімушин П. С. Інформаційні системи в управлінні персоналом : навч. посіб. /П. С. Клімушин // – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2013. – 260 с.

4. Денисенко М. П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М. П. Денисенко, І. В. Колосся // Економіка та держава. – 2010. – № 7. – С. 19 – 25.

Санъат Султонович Рахматов
Бухарские инженерно-технологические институт,
Бухара, Узбекистан

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЕЙ

Вся управлінська діяльність зводиться саме до управління комунікацією: будь то комунікація між відділами і підрозділами, між начальником і підлеглими, між фірмою, її діловими партнерами і покупцями товарів і послуг.

Управління комунікацією між відділами і підрозділами - це спосіб налагодити наскрізні бізнес-процеси, тобто один із способів управляти ефективністю фірми в цілому. Управління комунікацією між начальником і підлеглими - це спосіб впровадження інновацій, отримання надійного зворотного зв'язку, здійснення антикризових програм і усунення відхилень у функціонуванні фірми.

Ключова слова: Управління, комунікація, інновація, зв'язок, фірма

Вся управленческая деятельность сводится именно к управлению коммуникацией: будь то коммуникация между отделами и подразделениями, между начальником и подчиненными, между фирмой, ее деловыми партнерами и покупателями товаров и услуг.

Управление коммуникацией между отделами и подразделениями - это способ отладить сквозные бизнес-процессы, то есть один из способов управлять эффективностью фирмы в целом. Управление коммуникацией между начальником и подчиненными - это способ внедрения инноваций, получения надежной обратной связи, осуществления антикризисных программ и устранения отклонений в функционировании фирмы.

Ключевая слова: Управление, коммуникация, инновация, связь, фирма

All administrative activity reduced it to communication management: whether the communication between departments and divisions, between superiors and subordinates, between the company, its business partners and buyers of goods and services.

Managing communication between departments and divisions - is a way to debug through business processes, that is one way to manage the company's performance as a whole. Managing communication between superiors and subordinates - a way to innovate, provide reliable feedback, implementation of anti-crisis programs and eliminate variations in the company's functioning.

Keywords: Management, communication, innovation, communication, company

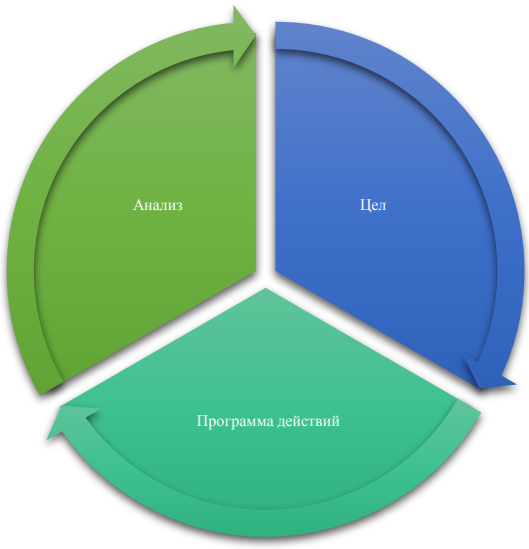
Это вопрос более сложный. Важно, чтобы в разработке решения той или иной проблемы были учтены интересы и существенные нюансы, касающиеся максимального количества участников, - тех людей, которые в дальнейшем будут реализовывать это решение. В то же время Вы заинтересованы в том, чтобы не затягивать процесс обсуждения до бесконечности, а получить наиболее оптимальное решение прямо в ходе обсуждения ситуации.

Для того, чтобы это произошло, придется научиться не участвовать в обсуждении самому. Нет, это не совсем точная формулировка. Вы должны вмешиваться в обсуждение, но вам придется смириться с тем, что у вас нет своего мнения. Вы можете только обнаруживать противоречия между высказанными позициями, поддерживать тех, кого начинают "задавливать" и тех, кого пытаются устранять из коммуникации, а также Вам необходимо обучиться “подталкивать” обсуждение к следующему этапу.

Если вы не удержите позицию управляющего коммуникацией, а начнете высказывать свое мнение по каждому поводу, то подчиненные просто будут слушать вас и кивать головами, а это ли вам нужно?

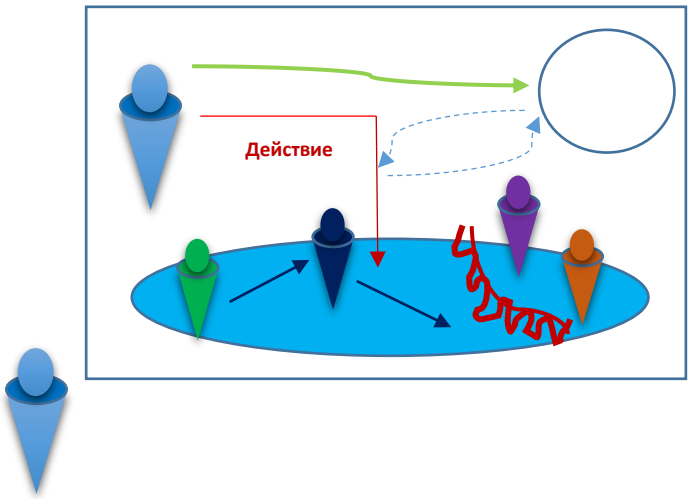
Чтобы обсуждение темы (проблемы) было законченным и

породило в итоге оптимальное решение, Вам придется следить за тем, чтобы коммуникация прошла полный цикл из трех этапов: "Анализ сложившейся ситуации" - "Формулирование целевого состояния" - "Формулирование программы действий по достижению целевого состояния".



Если не сделан анализ причин существующих проблем, бессмысленно формулировать целевое состояние (неясно, какие проблемы там должны быть решены). Если не сформулировано целевое состояние (например, не нарисована общая схема внутрифирменных коммуникаций), то нет смысла переходить к формулированию программы совместных действий.

Управление такой коммуникацией - сложная задача, поскольку управленец должен развить в себе способность особым образом расслаивать внимание.



То есть управленцу необходимо научиться одновременно действовать, видеть смысл и цель собственных действий (и жестко

придерживаться этого смысла, не отклоняясь в сторону), а кроме того, в каждой микроситуации четко видеть, какие именно приемы и ходы позволят наиболее эффективно продвинуть коммуникацию дальше по названным выше этапам.

Таким образом, управленец видит ситуацию, самого себя, управляющего ситуацией и при этом отслеживает, как он, управляющий ситуацией, должен действовать, чтобы быть эффективным.

Такое состояние, в котором субъект одновременно видит себя как бы со стороны и способен управлять собственными действиями, направленными на других, мы называем рефлексией. Процесс описанного таким образом управления коммуникацией можно назвать рефлексивным управлением.

Разумеется, нужно попробовать осуществить рефлексивное управление самому, чтобы почувствовать всю сложность управления собственным вниманием в процессе осуществления управленческих воздействий. И хочется предупредить, что получится это сделать далеко не сразу. Однако, игра стоит свеч, поскольку рефлексивное управление превосходит по мощности и руководство, и классическое администрирование и современный западный менеджмент.

Что же касается задачи построения эффективных внутрифирменных коммуникаций, наиболее эффективно она может быть решена именно с использованием описанных методов.

Деловая коммуникация возникает между субъектами, которые участвуют (или намерены участвовать) в совместной (коллективной) деятельности.

Именно от качества деловой коммуникации зависят взаимопонимание, согласованность действий и четкость приоритетов, возникающих у субъектов, занятых общим делом. Следовательно, чем больше людей участвуют в коллективной деятельности, тем выше роль управления деловой коммуникацией в обеспечении их коллективной эффективности.

Управлять деловой коммуникацией можно только в том случае,

если эта коммуникация построена в соответствии с некоторыми условиями. И, вероятно, сама задача построения деловой коммуникации не может быть решена без использования инструментов управления коммуникацией.

Необходимо построить деловую коммуникацию о проблеме, команда, каждый участник которой лично заинтересован в реализации проекта развития бизнеса, возникла бы прямо в ходе совещания, без всяких подталкиваний

Следовательно, если управленец не строит ситуацию, сам контекст которой мотивирует участников коммуникации искать приемлемое для всех решение проблемы, деловая коммуникация вырождается в стандартное производственное совещание, как правило, безрезультатное.

Это и есть основное условие построения деловой коммуникации. Если сотрудники не мотивированы обсуждать проблему, они будут всего лишь присутствовать на организованном совещании, но это совещание будет нужно вам, а не им. Разумеется, вслух они этого никогда не скажут. Однако, научитесь читать мотивы по действиям - это серьезно облегчит вам сбор важной для управленца информации. Только нужно помнить, что ни одно слово, ни одно действие человек не делает случайно, оно всецело обусловлено его целями, интересами, опасениями, надеждами, ценностями, деятельностными стереотипами и тому подобными факторами. Таким образом, в деловой коммуникации по репликам участников легко читаются личные мотивы. А управление построением деловой коммуникации, по сути, сводится к управлению мотивами.

Необходимо отметить, что в данном случае, как и при решении подавляющего большинства других задач управления, нельзя выделить однозначно (и всегда) правильные и неправильные варианты. Все зависит от ситуации, в которой Вы их применяете. Эта очевидная мысль требует дальнейшего структурирования.

Литература:

1. Конецкая В.П. Социология коммуникации. Учебник. М.: Высшая школа, 1997 – 195 с.
2. Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации. СПб.: СПбГУП, 1996. – 203 с.
3. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. Учебное пособие. СПб.: Высшая школа, 2001. – 156 с.
4. Абельс Х. Интеракция, идентификация, презентация. СПб.: СПбГУП , 1999. – 146 с.
5. Алешина И Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетологов. М.: Высшая школа, 1997. – 198 с.
6. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для вузов. М.: Просвещение, 2001. – 202 с.

Наталія Федоренко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ЗАДОВОЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ ЧЛЕНІВ КОЛЕКТИВУ ЯК ЧИННИК ПСИХОЛОГІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. *У статті розглядаються інформаційні потреби колективу як складові інформаційного менеджменту та їх роль у формуванні психологічної мотивації трудової діяльності.*

Ключові слова: *інформаційний менеджмент, інформаційні потреби, психологічна мотивація.*

Аннотация. *В статье рассматриваются информационные потребности коллектива как составляющие информационного менеджмента и их роль в формировании психологической мотивации трудовой деятельности.*

***Ключевые слова**: инфомационный менеджмент, информационные потребности, психологическая мотивация.*

***Abstract**. In the article discusses the information needs of the team as components of information management and their role in shaping the psychological motivation of work.*

***Key words:** information management, information needs, psychological motivation.*

Сучасна діяльність працівників у різних сферах науки, техніки й виробництва постійно трансформується й ускладнюється — ставляться нові цілі, удосконалюються її засоби й методи, змінюються умови та ін. Для того, щоб співробітники організації успішно здійснювали діяльність у нових ситуаціях, потрібно створити відповідну ідеальну модель інформаційного забезпечення, враховуючи сьогоденні зміни. Це можливо тільки за наявності необхідної інформації, тому актуальною стає діяльність інформаційного менеджера, яка передбачає ефективне вивчення та задоволення інформаційних потреб трудового колективу організації.

Дослідженню інформаційних потреб присвячена низка наукових публікацій, зокрема В. Г. Спрінсян та Т. Л. Бірюкова розглядають ресурси та технології інформаційного менеджменту. І. Давидова розглядає інформаційні потреби в системі інформаційного менеджменту. Психологічні аспекти мотивації співробітників організації дослідженні у працях О. В. Матвієнко, Г. А. Дмитренко, І. О. Баклицького та ін. Невизначеною залишається роль інформаційних потреб у формуванні психологічної мотивації трудової діяльності.

Мета статті – розглянути інформаційні потреби колективу як складові інформаційного менеджменту та визначити їх роль у формуванні психологічної мотивації трудової діяльності.

Інформаційні потреби знаходяться в нерозривній єдності зі специфічною пізнавальною здібністю, спрямованістю особистості й є фактором соціальної активності окремих індивідів і соціальних груп. Як зазначає Б. Мільнер, "потреба у зверненні до інформаційних систем

не складається стихійно, а виникає як результат активного ставлення до інформації".

Збільшення обсягу додаткових, регульованих потоків інформації, і глибокий аналіз зібраних даних, пов’язаних із соціальними процесами, навколишнім середовищем можуть покращити забезпечення інформаційних потреб. З позицій соціальної кібернетики можна визначити кілька складників поняття "управління інформацією", але серед них найважливішим, на нашу думку, є визначення умов і потреб конкретного рівня кадрів управління, організація їх інформування. Інформаційна потреба вимагає задоволення і виражається в інформаційному запиті. Першопричиною її виникнення є недостатня кількість знань, необхідність у певних відомостях [3, 39].

Виокремимо два характерних моменти у структурі інформаційних потреб суб'єкта: 1) відчуття нестачі інформації і прагнення заповнити «прогалини»; 2) наявність уявлення про те, яка інформація необхідна. Перший момент можна позначити як форму існування потреб, другий — як їх зміст.

Уявлення про необхідну інформацію формується на основі наявного в суб'єкта знання про умови діяльності — інформаційного потенціалу. Чим ширший і глибший інформаційний потенціал суб'єкта в певній галузі, тим точніші й диференційованіші його інформаційні потреби. Цим можна пояснити поширене явище, коли фактично однакові умови діяльності суб'єктів призводять до виникнення в них різних за змістом інформаційних потреб. Незважаючи на однакові умови діяльності, потреби різних суб'єктів можуть різнитися точністю і повнотою інформації, яка необхідна для успішного виконання завдань, оскільки вони залежать від тих знань, якими вже володіє суб'єкт, від його інтелектуального потенціалу [3, 39-40].

Для чіткого розуміння механізму і закономірностей виникнення, визначення властивостей та особливостей прояву, значення інформаційних потреб для ефективної діяльності інформаційного менеджера важлива їх класифікація. Характеристика інформаційних

потреб дозволяє виокремити найважливіші з них у системі менеджменту. Прийнято вирізняти два основні типи інформаційних потреб:

- поточні, обумовлені властивою людині допитливістю, що відображаються в прагненні бути обізнаним щодо певних подій;
- конкретні (спеціальні), які полягають у прагненні отримати інформацію для вирішення конкретного завдання — дослідницького, професійного, управлінського[1].

Основною умовою ефективного задоволення інформаційної потреби є чітке усвідомлення того, яка інформація дійсно необхідна користувачеві. Торкаючись особливостей інформаційних потреб керівників, слід підкреслити, що вони мають менше часу на вивчення даних, ніж рядові співробітники, через різницю обсягів інформаційного потоку. Це актуалізує потребу чіткого визначення конкретних інформаційних потреб керівників, їх ієрархії та опанування методів ущільнення відомостей щодо змісту та рівня завдань. Розвиток інформаційних потреб визначається постійним поглибленням і розширенням, спеціалізацією і гуманізацією, що є наслідком і стимулом дедалі повнішого їхнього задоволення.

Безсумнівно, певний відбиток на інформаційні потреби накладають і соціально-демографічні та особистісні характеристики людей (рівень освіти, стаж роботи, вік, життєвий досвід). Усе це важливо враховувати при організації інформаційного забезпечення, проте для задоволення професійних інформаційних потреб передусім необхідно мати на увазі саме професію і посадові обов'язки споживачів інформації. Інформаційна потреба не лише стимулює фахову, творчу активність керівників, вона є необхідним компонентом процесу виникнення і розвитку нових запитів [3, 40].

Грамотна робота з інформаційними потоками, а деколи і просто своєчасна інформація, зумовлюють успіх у певній сфері бізнесу. Інформація та бізнес пов'язані за такими основними напрямами:

1. Інформація є основою для прийняття конкретного рішення в будь-якій сфері бізнесу. Велику роль тут відіграють оперативність, достовірність, повнота, конфіденційність та інші характеристики як самої інформації, так і засобів підтримки інформаційної діяльності.

2. Інформація є інтелектуальним продуктом і основним товаром у багатьох видах сучасного бізнесу. Ця сфера діяльності найновіша, найдинамічніша, має великі перспективи за всіма параметрами, які перетворюють бізнес на привабливу і соціально корисну справу.

3. Інформація як мінімально необхідний набір знань (економічних, соціологічних, психологічних, юридичних та ін.).

4. Інформація як засіб відображення подій у сфері бізнесу: взаємна поінформованість бізнесменів про справи, пропозиції і проблеми, обмін досвідом, демонстрація результатів діяльності — усе, що надає уявлення про різні проблеми та аспекти бізнесу [3, 41].

Для оцінки результативності діяльності інформаційного менеджера використовують такі показники як релевантність, пертинентність, повнота, точність, стислість і наочність подання [1].

Мотивація - це процес спонукання людей до праці, який передбачає використання мотивів поведінки людини для досягнення особистих цілей або цілей організації.

Успішність діяльності компанії визначає система ставлення особистості до праці загалом і до конкретної професійної діяльності, до своєї спеціальності, до свого робочого посту, нарешті, до професійного завдання, яке виконує. Ці ставлення впливають на мотиви діяльності, під якими ми повинні розуміти психологічні причини, які визначають цілеспрямовані дії людини [2]. Психологічними умовами, які визначають цілеспрямований характер дії, є властивості особистості, наприклад, працелюбство, сумління, акуратність, комунікабельність тощо [1].

Дослідження соціально-психологічних аспектів інформаційного управління ґрунтується на вивченні соціально-психологічних аспектів управління взагалі. Система управління — це соціально-психологічний простір, який опирається на ділові й особисті зв'язки,

що регулюють діяльність людей; систему професійних і міжособистісних ролей; організаційне підпорядкування цілей і завдань; функціональну спеціалізацію та відносну самостійність підрозділів; комунікації і координаційну цілісність [5, 62].

Мотивація трудової діяльності частіше буває матеріальною, але не слід нехтувати й психологічною, яка характеризується потребами членів колективу. Саме робота у колективі дозволяє зреалізувати більшість з цих потреб, адже працівник ідентифікує себе як фахівця, який належить до певної соціальної групи, він може виявляти свою компетентність, досягати поваги та визнання, розширювати коло своїх знань та вдосконалювати свою особистість [4].

Колектив підприємства є складним об'єктом інформування: інформаційні аспекти тісно переплітаються з соціально-психологічними, що спонукає інформаційного менеджера на розвиток уміння працювати з людьми, необхідність підвищення знань з правил спілкування та використання засобів комунікації (що є складовою інформаційної культури), придбання навиків формування малих груп і колективів [7, 74]. У процесі здійснення інформаційної діяльності необхідна диференціація колективу, у результаті якої можуть бути об'єднані у групи ті його члени, постійні інформаційні потреби яких ідентичні. Інформаційний менеджер також повинен сприяти інтеграції колективу як активного суб'єкта впровадження нових інформаційних технологій і систем.

Таким чином, можна зробити висновок, що для забезпечення ефективних комунікацій у системі управління необхідно досліджувати соціальну психологію організації, визначати важливість інформації для членів колективу, ступінь їх задоволеності нею, відношення до комунікаційних каналів. Результатом задоволення інформаційних потреб повинно стати зростання ефективності процесу ухвалення рішень та усунення комунікаційних бар'єрів, та як наслідок цього, психологічна мотивація трудової діяльності, спрямована на досягнення мети організації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ананьева, Т. Н. Информационный консалтинг [Электронный ресурс] / Т. Н. Ананьева, А. И. Ткалич. – М.: Экономика, 2006. – 206 с. Режим доступа : http://biblio.royalwebhosting.net/informatsionnyiy-konsalting.html

2. Баклицький, І. О. Психологія праці [Текст] : Підручник для студентів ВНЗ. — 2-ге вид., перероб. і доп. Затверджено МОН / Баклицький І. О. — К., 2008. — 655 с. Режим доступа : http://pidruchniki.com/1584072011614/ psihologiya/psihologiya_pratsi

3. Давидова, І. Патерни інформаційних потреб управлінців у системі інформаційного менеджменту [Електронний ресурс] / І. Давидова // Вісник Книжкової палати. - 2015. - № 2. - С. 39-42. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_2_12

4. Дмитренко, Г. А. Стратегический менеджмент: целевое управление персоналом организаций [Текст] / Г. Дмитренко. — К. : МАУП, 2002. — 192 с.

5. Матвієнко, О. В. Психологічні аспекти взаємодії в метасистемі «люди-об'єкти-середовище» при здійсненні інформаційної діяльності [Текст] / О. В. Матвієнко // Управління сучасним містом. — 2001. — №4-6(2). — С.60-66.

6. Матвієнко, О.В. Психолого-професійні особливості діяльності менеджера інформаційних систем [Текст] / О. В. Матвієнко // Теоретичні питання освіти та ви- ховання. – 2001. — №15. — С.55-58.

7. Спрінсян, В. Г. Ресурси та технології інформаційного менеджменту [Текст] : навчальний посібник / В. Г. Спрінсян, Т. Л. Бірюкова. — Одеса : ОНПУ, 2012. — 248 с.

Оксана Баюш
Технікум промислової автоматики
Одеської національної академії харчових технологій
Одеса, Україна

СПЕЦИФІКА ДОКУМЕНТООБІГУ В БУХГАЛТЕРІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано форми документообігу, розглянуто специфіку документообігу в бухгалтерській сфері, висвітлено питання щодо обліку обсягу документообігу, визначено категорії підприємства залежно від обсягу документообігу.

Ключові слова: документообіг, документ, форми документообігу, бухгалтерський облік.

В статье анализированы формы документооборота, рассмотрена специфика документооборота в бухгалтерской сфере, освещены вопросы относительно учета степени документооборота, определены категории предприятия относительно степени документооборота.

Ключевые слова: документооборот, документ, формы документооборота, бухгалтерский учет.

The article analyzes forms of document management, specificity of document circulation in the accounting field, it covers the issues of accounting workflow, defines the categories of enterprises depending on volume of documents.

Key words: document circulation, document, forms of document management, accounting.

Організація документообігу є важливим аспектом діяльності кожного підприємства, від якого багато в чому залежить ефективність його роботи в цілому. Безпосередньо від правильності організації документообігу залежить повнота, швидкість, та якість відображення інформації, необхідної для прийняття управлінського рішення.

Аналіз праць вітчизняних і зарубіжних науковців, а саме: В. В. Бездрабко, В. В. Добровольської, А. В. Жеребенкової,

О. М. Загорецької, Ю. І. Палехи, О. В. Матвієнко, М. В. Комової, В. О. Кудлай, М. Н. Цивіна та ін. доводить необхідність визначення принципів, маршрутів та порядку організації документообігу в сучасних умовах.

Документообіг – це рух службових документів з часу їх створення або одержання суб'єктом документаційного забезпечення управління до часу завершення виконання, надсилання або знищення [2].

Організація документообігу підприємтсва залежить від масштабу діяльності підприємтсв, його функцій, кількості ланок управляння і обсягу документопотоків. Провідні науковці Матвієнко О.В. і Цивін М.Н. зазначають три форми документообігу, а саме: централізована, децентралізована і змішана [3].

Централізована форма документообігу передбачає на підприємстві наявність служби діловодства (канцелярія, загальний відділ, відділ діловодства й контролю або служба документаційного забезпечення) і наявність усіх технологічних процесів з документами зосереджено переважно в цій службі. Централізована форма дає можливість:

- упроваджувати єдину СЕД;
- найбільш раціонально використовувати засоби комп'ютерної оргтехніки;
- скорочувати обсяги документообігу;
- кваліфіковано проводити експертизу цінності документів;
- реалізовувати єдиний порядок відбору та обліку документів, що підлягають постійному й тривалому (понад 10 років) зберіганню [4].

З точки зору організації документообігу централізована форма документообігу є найефективнішою, оскільки забезпечує повний цикл опрацювання документів в одному підрозділі – службі діловодства.

Децентралізована форма документообігу, як свідчить її назва, є протилежністю централізованій. Тобото, кожний структурний підрозділ підприємства самостійно організовує діловодство, виконує

весь комплекс технологічних процесів і операцій з опрацювання документів.

Змішана форма документообігу передбачає часткову централізацію. Зазвичай в одному підрозділі – службі діловодства – здійснюють операції з опрацювання вхідних і вихідних документів, реєстрації та обліку документів, контролю їх виконання на підставі резолюції керівництва. Важливою умовою ефективності змішаної форми діловодства є організаційно-методичне керівництво з боку служби діловодства та постійний контроль за станом документів і інших структурних підрозділах.

Таким чином, правильний вибір форми організації дає можливість досягти раціонального використання трудових і технічних ресурсів, сприяє створенню оптимальних організаційних умов, забезпечує ефективне функціонування й координацію роботи усіх структурних підрозділів.

Порядок документообігу залежить від характеру й особливостей господарських операцій та їх облікового апарату. Адже фінансова, податкова, статистична та інші види звітності ґрунтуються саме на даних бухгалтерського обліку й регулюються Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Як показує практика, бухгалтерські документи виконують такі інформаційні функції:

- вперше фіксують дані про факт господарської діяльності та забезпечують їх юридичне підтвердження;
- створюють можливість первинного контролю за здійсненням господарської діяльності за діями посадових і матеріально-відповідальних осіб;
- дозволяють передавати дані про господарські факти, відбирати і групувати їх для подальшого узагальнення в системі бухгалтерського обліку;
- забезпечують зберігання даних про господарські факти.

І якщо розглянути специфіку документообігу у бухгалтерії державного підприємства, то він буде мати такий вигляд (рис. 1): [5]

Рис. 1.1 – Приклад документообігу в бухгалтерії підприємства

Перелічені етапи документообігу відображаються у спеціальному документі, який називається графік документообігу. Даний графік на підприємстві має забезпечити оптимальну кількість підрозділів і виконавців, через які проходять кожний первинний документ, визначити мінімальний термін його знаходження в підрозділі, а також сприяти поліпшенню облікової роботи, посиленню контрольних функцій бухгалтерського обліку, підвищенню рівня його механізації і автоматизації. Контроль за дотриманням графіка документообігу в бухгалтерії здійснюється головним бухгалтером, вимоги якого щодо порядку подання до бухгалтерії необхідних документів та відомостей є обов’язковим для всіх підрозділів і служб підприємства.

Не менш важливим є питання щодо обліку обсягу документообігу, адже він потрібний для:

1) розрахунку штатної чисельності діловодного персоналу;

2) визначення ступеня завантаженості роботою з документами діловодного персоналу підприємства, а також окремих працівників у структурних підрозділах;

3) розрахунку ефективності застосування на підприємстві СЕД або визначення необхідності її впровадження [4].

Обсяг документообігу визначають з урахуванням усіх документопотоків за певний період діяльності цього підприємства, зазвичай за рік, вхідні документи підраховують на етапі їх приймання, а вихідні – на етапі відправлення. Внутрішні документи слід обліковувати за місцем їх підготовки або реєстрації. Це відбувається не лише в службі діловодства, а й в інших відповідних структурах, зокрема в бухгалтерії, відділі кадрів, юридичному відділі тощо. Але слід зауважити, що обліку підлягають абсолютно всі внутрішні службові документи, наприклад акти, заяви, довідки, доповідні записки, звіти, зведення і т.д.

Оскільки, крім зареєстрованих оригіналів документів, на кожному підприємстві функціонує багато копій цих самих документів, рекомендується підраховувати їх окремо, відділяючи їх знаком дробу, наприклад: 2387/4790, де перше число – кількість облікованих документів, друге – кількість копій.

Підрахунок оригіналів або так званих перших примірників документів ведуть за відповідними реєстраційними формами (журналами реєстрацій, картотеками, електронними базами даних) вхідних, вихідних та внутрішніх документів. Періодичність підрахунку документообігу (щомісячно, щоквартально, щорічно) визначає служба діловодства, цей факт має бути прописаний в інструкції з діловодства конкретного підприємства.

Підсумкові дані про обсяг документообігу служба діловодства аналізує та узагальнює та звітує у письмовому вигляді за встановленими правилами, у результаті чого, можна визначити категорію підприємства залежно від обсягу документообігу (табл.1.1). [3]

Таблиця 1.1 – Розвиток організаційної структури служби документаційного забезпечення управління залежно відобсягу документообігу

Обсяг документообігу, тис. док. на рік	**Організаційні форми служби ДЗУ**
менше 10	Один-два секретарі керівника організації
1 категорія - від 10 до 25	Служба організаційно оформлюється; виділяється група працівників, відповідальних за окремі ділянки роботи (спеціалізація співробітників)
2 категорія від 25 до 50	Створюється підрозділ, який включає кілька ділянок роботи (опрацювання і реєстрації документів, контроль за виконанням, ведення архіву та ін.)
3 категорія від 50 до 100	Більш розвинута структура, в межах якої організаційно оформлені всі основні ділянки роботи; підвищується спеціалізація співробітників; як самостійна ділянка (один або кілька співробітників) виділяється організаційне регулювання і вдосконалення системи документаційного забезпечення управління, в тому числі, на основі автоматизації
4 категорія більше 100	Складна нестандартна структура служби документаційного забезпечення управління, яка залежить від специфіки роботи організації і її структури (ієрархічна, територіально розподілена) і використання автоматизованих систем

Організація бухгалтерського обліку на підприємстві включає в себе створення оптимальної схеми руху документів, яка розробляється на основі вивчення управлінського і виробничого процесів.

Таким чином, обґрунтування процесу організації виробництва, виробничих підрозділів, їх структури, чисельності матеріально-відповідальних осіб та інших факторів залежить від організації документообігу, тобто створення тих умов, що забезпечують рух, пошук і зберігання документів, сюди входять прийняття документів, їх реєстрація, розподіл по підрозділах, контроль за формуванням, виконанням справ, довідково-пошукова робота, підготовка документа до здачі в архів і зберігання та використання.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс]: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. – [Станом на 03.01.2017]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14
2. ДСТУ 2732:2004 Діловодство та архівна справа. Терміни та визначення понять [Текст]. – К.: Держспоживстандарт України, 2005. – 32 с.
3. Матвієнко О. Основи організації електронного документообігу: [Навч. посіб.] / О. Матвієнко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 112 с.
4. Загорецька О.М. «Документообіг юридичної особи з урахуванням вимог правил організації діловодства» / О.М. Загорецька // Діловодство та документообіг – 2017. – №1 (68). – С. 28–37.
5. Навчальні матеріали онлайн / Бухгалтерський облік : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1744082353231/buhgalterskiy_oblik
6. Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: зб.матеріалів VIII Міжнар.наук.-практ.конф., Одеса: ОНПУ, 10-2015. – 625 с.

Ірина Воропаєва
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ВИРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ УСТАНОВИ

Розглянуті основні поняття про системний аналіз. Описані принципи та процедури з яких складається системний аналіз.
Ключеві слова: *системний аналіз, системні принципи, методи у системному аналізі.*

Рассмотрено основное понятие о системном анализе. Описаны принципы и процедуры из которых состоит системный анализ.
Ключевые слова: *системный анализ, системные принципы, методы в системном анализе.*

Considered the basic concept of system analysis. Describe the principles and procedures that make up the system analysis.
Key words: *system analysis, system principles, methods of system analysis.*

Системний аналіз виник у відповідь на вимоги практики, що поставила перед людством необхідність вивчати та проектувати складні системи, управляти ними в умовах неповної інформації та обмеженості ресурсів. [4;67]

Системний аналіз – це особливий тип науково – технічного мистецтва, що виникає в наслідок стислої єдності суб’єктивного і об’єктивного , а тому досвідчений дослідник досягає значних результатів. Системний аналіз дозволяє розробити більш гнучку та ефективну теоретичну структуру, ніж той рівень теоретичного аналізу, який досяжний в рамках добре розвиненого рівноважного підходу. Для успішного застосування системного аналізу він повинен базуватися на певному теоретичному фундаменті, а з іншого боку успішні приклади застосування системного аналізу повинні служити прикладами для наслідування. Перед усім, основним і найбільш цінним результатом системного аналізу визнається не кількісна визначеність рішення

проблеми, а покращення її розуміння і виявлення суті різних шляхів рішення. Це розуміння і альтернативні рішення проблеми виробляються спеціалістами і експертами та надаються відповідальним людям для їх конструктивного обговорення. [5;56]

У сучасних умовах системний аналіз базується на реалізації певної сукупності системних принципів, до яких належать такі :

1. Принцип оптимальності – це знаходження варіанта рішення, який є найкращим за комплексом показників для заданих умов.

2. Принцип емерджентності виражає таку властивість системи: чим більша система і чим більша різниця між розмірами частини та цілого, тим вищою є імовірність, що властивості цілого дуже відрізняються від властивостей частин.

3. Принцип системності передбачає підхід до об’єкта як до комплексного утворення, системи, що представлена сукупністю взаємозв’язаних часткових елементів, реалізація яких забезпечує досягнення певного ефекту в мінімальні терміни, з мінімальними витратами ресурсів тощо.

4. Принцип ієрархії – це тип структурних відносин у складних багаторівневих системах, які характеризуються впорядкованістю та організованістю взаємодії між окремими рівнями по вертикалі.

5. Принцип інтеграції передбачає, що дослідження спрямовуються на вивчення закономірностей. Інтегративні властивості проявляються в результаті сполучення елементів з утворенням цілого, а також сполучення функцій у часі та просторі.

6. Принцип формалізації спрямований на отримання кількісних і комплексних характеристик об’єкта і його елементів. [3;134]

У загальному вигляді системний аналіз складається з таких процедур:

1.формулювання проблеми;

2. ідентифікація призначення системи;

3.ідентифікація змінних і взаємозв’язків між ними;

4. ідентифікація функцій і структури системи;

5.ідентифікація оточення (зовнішнього середовища) системи;

6.генерація та визначення альтернативних потоків;
7.оцінювання ресурсів, необхідних для реалізації можливих варіантів;
8.визначення наявності ресурсів;
9.оцінка ефективності варіантів і вибір прийнятної альтернативи;
10.реалізація (впровадження) обраної альтернативи та коригування дій. [2;459]

У системному аналізі використовується велика кількість методів, кожен із яких має свої переваги і недоліки, а також сферу застосування стосовно як типу об'єкта, так і етапу його дослідження.

Усі методи у системному аналізі поділяються на такі групи:

1) неформальні методи: методи «мозкової атаки», метод сценаріїв, метод експертних оцінок, метод «Дельфі», діагностичні методи, морфологічні методи;

2) графічні методи: метод дерева цілей, матричні методи, сіткові (мережеві) методи;

3) кількісні методи: методи економічного аналізу, статистичні методи;

4) методи моделювання: кібернетичні моделі, описові моделі, нормативні операційні моделі (оптимізаційні, імітаційні, ігрові). Подробніше методи можна розглянути у книзі Акоффа Р. Л. «Мистецтво рішення проблем».[1;67]

Список використаної літератури:

1. Акофф Р. Л. Мистецтво рішення проблем: Пер. з англ. [Текст]/Р.Акофф- М., 1982.-С.67
2. Бесекерский В. А. Теорія систем автоматичного управління. [Текст]/ В. Бесекерський- М., 2003.-С.459
3. Вентцель М. С. Дослідження операцій: Завдання, принципи, методологія. [Текст]/ М. Вентцель - М., 1980.-С.134
4. Джонсон Р., Каст Ф., Розенцвейг Д. Системи і керівництво. [Текст]/ Р. Джонсон - М., 1967.-С.67-87
5. Ніканоров С. П. Системний аналіз і системний підхід. - У книзі: Системні дослідження. Щорічник, 1971. [Текст]/ С. Ніканоров - М., 1972.-С.56-57

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Юлія Маримович
Одеський національний політехнічний університет
Одеса,Україна

ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДОВІДКОВО-БІБЛІОГРАФІЧНОГО АПАРАТУ

Одним з основних завдань бібліотеки є забезпечення оперативного інформаційно-бібліографічного обслуговування користувачів. Значну роль у цьому напрямку роботи відіграє Довідково-бібліографічний апарат бібліотеки.
Ключові слова: *каталог, архівна справа, видавнича справа, каталогізатор*

Одной из основных задач библиотеки является обеспечение оперативного информационно-библиографического обслуживания пользователей. Значительную роль в этом направлении работы играет Справочно-библиографический аппарат библиотеки.
Ключевые слова: *каталог, архивное дело, издательское дело, каталогизатор*

One of the main tasks of a library is assuring of timely informational and bibliographic service for customers. Reference aids unit of library plays a significant role in it.
Keywords: *catalog, archiving, publishing, cataloguer*

Актуальність теми: довідково-бібліотечний апарат-комплекс взаємопов’язаних і доповнюючих один одного частин ,створених для багатоаспектного відображення і розкриття фонда бібліотеки,забезпечення читачів необхідною їм інформацією .

Довідково – бібліографічний апарат (ДБА) бібліотеки вважається ключем до фонду документів, розкриваючи його склад і зміст у різних аспектах. Однак цим не обмежує призначення ДБА. Відповідні його

частини слугують таким ж ключем до джерел, що знаходяться у фондах інших бібліотек чи зовсім до світових інформаційних ресурсів, незалежно від місця їх зберігання. Цим визначається значення ДБА у діяльності бібліотек усіх типів і в першу чергу великих наукових бібліотек.

Склад ДБА зформувався у результаті еволюційного розвитку під взаємодією ускладнюючих задач бібліотек у задоволенні різних інформаційних потреб читачів.

У продовж довгого часу ДБА визначається як сукупність вхідних у нього частин – довідкових і бібліографічних видань,бібліотечних каталогів та картотек. У наш час спостерігається зближення бібліотечної справи з науково-інформаційною діяльностю. Термін ДБА аналогічний терміну довідково-пошуковий апарат (ДПА). Удвох вони виконують одну й туж функцію — єдину – сприяючу пошуку не тільки науково-технічної але й будь-якої інформації ,що є у документах [5].

Електроний каталог (ЕК) – це бібліотечний каталог в машиночитаємій формі, працюючий в реальному режимі часу і наданий в користування читачам бібліотеки. В зарубіжній практиці замість терміну «Електроний каталог» застосовується абревіатура OPAC, яка розкривається як загальнодоступний каталог, працюючий в режимі реального часу.ЕК забезпечує доступ до ресурсів каталога не тільки користувачам даної бібліотеки, а й видаленним клієнтам. Сучасним вимогам відповідає ЕК, забезпечуючий:

• введення бібліографічних записів в діалоговому і пакетному режимах з видалених або локальних терміналів;

• редагування бібліографічних записів та, за необхідністю, видалення їх з ЕК;

• пошук інформації в діалоговому або пакетному режимі разовім запросам та виборче розповсюдження інформації;

• печатання бібліографічних даніх у вигляді каталожніх карток, бібліографічних вказівників, звітів по керувальній інформації та ін.;

• можливість обміна інформацією з іншими бібліографічними базами даних, у тому числі і підключення до мережі Інтернет.

Всі технологічні процеси створення ЕК відбуваються за допомогою автоматизованого робочого місця (АРМ) катологізатора. АРМ каталогізатора розуміється як робоче місце, обладнене засобами вимірювальної техніки, дозволяюче за участю людини виконувати технологічні процеси каталогізації [2].

АРМ каталогізатора – це сукупність технічних, лінгвістичних та програмних засобів, забезпечуючих процеси автоматизованої каталогізації.

До технічних засобів відноситься термінал, за допомогою якого відбувається введення даних та наступне використання наявного у базі даних масива інформації. Технічними засобами є також персональний комп'ютер, програвач для компакт-дисків і системи зв'язку з зовнішніми базами даних.

Програмне забезпечення – це спеціально розроблені алгоритми і програми, дозволяючі вести автоматизовану обробку документів.

Лінгвістичні засоби – це комплекс інформаційно-пошукових мов різного типу: ієрархічних, неірархічних та ін.;методика індексування та пошуку інформації, а також нормативно-методичні документи, регламентуючі створення і підтримку в працюючому стані лінгвістичних засобів та забезпечуючі можливість обміну базами даних. В автоматизованій технології використовуються як традиційні ІПЯ, наприклад, мова бібліографічного опису, ББК, УДК та інші класифікаційні ІПЯ,мова предметних рубрик, так і не традиційні, такі як дескрипторні ІПЯ, мова ключевих слів, об'єктно-ознаковий ІПЯ та ін. Підтримка лінгвістичного забезпечення у працюючому стані здійснюється службою ведення ІПЯ.

Введення бібліографічної інформації в ЕК відбувається за допомогою форматів каталогізації, призначених для зміни БЗ в форму, зручну для обробки на ЕВМ. Формат визначає правила запису інформації в комп'ютері, внутрішню структуру даних, а також

знаки і коди, за допомогою яких БЗ розподіляються та індитифікуються. В комп'ютерній технології формат виконує ті ж функції, що й ДСТУ 7.1-84 при складанні бібліографічного запису для ручніх каталогів [3].

Найбільш часто використовується міждународний комунікативний формат UNIMARC – один з форматів родини MARC, створених Бібліотекою Конгресу США. Формат UNIMARC був створений Міждународною федерацією бібліотечних асоціацій та організацій в якості стандарту для міждународного обміну бібліографічними записами.

Введення інформації в ЕК заключається в виділені елементів бібліографічного запису та занесення їх в поля та підполя формату, зазначені мітками, дозволяючими комп'ютеру ідентифікувати вводиму інформацію про документ. Поля та підполя висвітлюються на екрані, після чого відбувається їх заповнення.

ЕК представляє собою бібліографічну базу в машиночитній формі, включаючі елементи бібліографічного опису, ІПЯ для відображення змісту документів та елементи,що вказують адресу зберігання документу. Наявність у базі даних цих елементів дозволяє ЕК виконувати функції усіх видів каталогів [1]

У результаті вище сказаного можна зауважити, що для з’ясування сутності ДБА бібліотеки має значення усвідомлення приналежності його елементів до різноманітних суспільних інститутів, які утворюють власні системи бібліографії, бібліотечної справи, науки, науково-інформаційної діяльності, архівної справи, видавничої справи тощо. Не всі ресурси, які наповнюють ДБА бібліотеки, створюються у бібліотечній установі. Але саме вся та система засобів інтелектуального доступу до інформації становить, на мою думку, її ДБА [4].

Сучасний ДБА повинен володіти такими властивостями, як системність, пластичність, надійність і економічність. Для того, щоб він міг відповідати сучасним вимогам, робота по його формуванні, веденні і використанні повинна бути планомірною, творчою.

Бібліографи та інші співробітники, приймаючі участь у формуванні і веденні різноманітних підрозділів ДБА, повинні прагнути надійно і повністю зберігати всю інформацію, для того щоб у потрібний час використати її при обслуговуванні читачів, і окрім того забезпечити можливість максимально ефективного використання зовнішніх інформаційних ресурсів (у режимі видаленного доступу).

Література

1. Карташов Н.С. Загальне бібліотекознавство.: Підручник для студ. вищ. навч. закладів: у 2 ч. / Н.С. Карташов, В.В. Скворцов. - М.: Моск. держ. ун-т культури, 2002. - Т.1.: Теоретичні основи бібліотекознавства.
2. *Коготков*, Д. Я. Библиографическая деятельность библиотеки: организация, управление, технология [Текст] : учеб. / Д. Я. Коготков. — СПб.: Профессия, 2003. – 304 с.
3. *Коршунов,* О. П. Библиографоведение [Текст] / О. П. Коршунов. - М., 1990. – 567 с.
4. *Орлов,* П. І. Інформаційні системи і технології в управлінні, освіті, бібліотечній справі [Текст] : наук.-практ. посіб. / П. І. Орлов. – Х. : ТОВ Прометей-Прес, 2003. – 292 с.
5. *Швецова-Водка,* Г. М. Вступ до бібліографознавства [Текст]: навч. пос. / Г. М. Швецова-Водка. – К. : Кондор, 2004. – 217 с.

Людмила Малинівська
Житомирський державний університет імені Івана Франка,
Житомир, Україна

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИВЧЕННІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ» У ВНЗ

Анотація. *Розкрито аспекти впровадження інформаційно-комунікаційних технологій при вивченні дисципліни «Цивільний захист» у ВНЗ.*

Ключові слова: *комп'ютерні інформаційні технології, цивільний захист, електронні засоби*

Аннотация. *Раскрыты аспекты внедрения информационно-коммуникационных технологий при изучении дисциплины "Гражданская защита" в ВУЗЕ.*

Ключевые слова: *компьютерные информационные технологии, гражданская защита, электронные средства*

Annotation. *The aspects of introduction of informatively-communication technologies are exposed at the study of discipline "Civil defence" in snstitution of higher learning.*

Keywords: *computer information technologies, civil defence, electronic facilities*

На початку XXI століття людство вступило в нову стадію свого розвитку – інформаційну еру, яка характеризується виникненням нових систем інформаційних технологій і, як наслідок, нових трансформацій освіти.

Як відомо, освіта є самостійною системою і одночасно стратегічним ресурсом держави. Тому розвинені країни досить активно розробляють та впроваджують інформаційні технології в систему освіти.

В Україні, яка "крокує" до єдиного світового простору, упровадження інформаційних технологій набуває все більш масштабного і комплексного характеру. Сучасних студентів вже мало

цікавлять традиційні лекції – сьогодні молодь надає перевагу інтерактивним технологіям. До того ж ці методи, на думку викладачів, є дуже результативними (підвищується рівень як успішності так і якості навчання).

Але є численні факти того, що викладачі вважають, що використання комп'ютерних та інформаційних технологій – справа лише викладачів інформатики. Проте практична діяльність кращих викладачів переконує в тому, що сьогодні викладачі зобов’язані не тільки вільно володіти сучасними інформаційними та комп’ютерними технологіями, а й уміло використовувати їх у своїй професійній діяльності.

Інформаційними технологіями називають усі технології, які використовують спеціальні інформаційні технічні засоби (комп‘ютер, аудіо, відео, кінотехніка) [2]. Комп‘ютерні або нові інформаційні технології навчання – це процеси підготовки і передачі інформації, засобом впровадження яких є комп‘ютер [2].

Заняття, під час яких викладач використовує ТЗН, своєю методикою викладання дещо відрізняються від традиційних. Тому при використанні аудіовізуальних засобів навчання викладачеві слід дотримуватися певних правил:

- потрібно підготувати аудиторію до сприйняття нового матеріалу;
- слід передбачити форму перегляду і обговорення відео-матеріалів (індивідуальну, групову чи колективну);
- визначити характер допомоги відстаючим; використовувати під час заняття інші засоби навчання;
- викладач має уміти поєднувати аудіовізуальні засоби з підручником, картою та іншими засобами навчання [5].

Перед переглядом відео-фрагменту необхідно ставити перед аудиторією певну проблему. При цьому такий перегляд не повинен займати більше 20-30 хвилин заняття, тому що це може призвести до

перенапруження зорового та слухового аналізаторів студентів та як наслідок до зниження працездатності в цілому.

Тому більш доцільним буде використання невеличких відео-фрагментів (до 5-10 хвилин) і зміна навчальної діяльності на занятті. При цьому доречним буде використання не тільки матеріалів документального кіно, а також відео-фрагментів художніх фільмів. Звичайно до матеріалів з художніх фільмів слід відноситися дуже обережно, але саме вони дозволяють створити під час заняття атмосферу певної епохи.

Курс "Цивільний захист" як навчальна дисципліна подається у всіх навчальних закладах України. Елементи цієї дисципліни викладаються у середніх школах, гімназіях, ліцеях, поширений курс подається у коледжах та технікумах і більш детально вивчається у вищих навчальних закладах усіх рівнів акредитацій.

Дослідження питань, пов'язаних з викладанням дисципліни "Цивільний захист" свідчить про те, що студенти та слухачі мало читають книги і переважно керуються інформацією з Інтернет-сайтів та інших електронних носіїв. Без сучасної техніки досить складно зацікавити їх у чому-небудь. Ураховуючи сучасний рівень розвитку комп'ютерної техніки, слід констатувати, що сучасному студенту вищого навчального закладу досить нудно й нецікаво на навчальних заняттях, якщо вони організовані за дідівською методикою, яка була створена в минулому столітті, і в незмінному виді дійшла до наших днів. Покращити таку ситуацію можливо за допомогою впровадження у навчальний процес інформаційних технологій.

Використання комп'ютера дозволяє значно полегшити роботу викладача та підвищити ефективність навчального процесу завдяки розширенню типів навчальних завдань, гнучкості в управлінні навчальною діяльністю, урахуванню індивідуальних особливостей студентів, динамічному розподілу функцій управління навчальною діяльністю між комп'ютером і студентом, удосконаленню методів і засобів навчання та організації навчального процесу.

Використання електронних засобів навчання дозволяє збільшити масштаб наочності і полегшує відтворення навчальної інформації для самостійної роботи студента та слухача. З іншого боку, використання комп'ютера потребує від педагога здобуття додаткових умінь, зокрема володіння мовами програмування, створення мультимедійних і гіпертекстових навчальних програм, розробка авторських курсів з відповідного предмета.

Особливе місце у використанні засобів інформаційних технологій посідає демонстраційний компонент, що забезпечує нові шляхи подання інформації, дає можливість для випробування власних ідей та проектів. Велике значення має використання персонального комп'ютера як засобу проблемного навчання. Проблемне навчання розглядається в даний час у педагогіці як найбільш адекватний метод розвитку творчого мислення і тим самим відповіла сучасним задачам навчання: підготовці учня, що закінчив школу, до самостійного придбання знань і розв'язанню теоретичних практичних задач.

На сьогоднішній день є велика необхідність застосування комп’ютера на сучасному уроці, і не останнє місце використання комп’ютера починає посідати при вивченні предмета “Цивільний захист». Місце викладача на сучасному уроці поступово переходить у нові рамки: якщо викладач раніше ніс певну інформацію до студентів, то тепер, за наявності комп’ютерів, викладач спрямовує діяльність студентів у тому чи іншому руслі для досягнення тієї чи іншої мети. При вивченні фактично кожного розділу програми можна впроваджувати використання комп’ютера. На сучасному етапі викладання дисципліни «Цивільний захист» впровадження уроків з використанням комп’ютера є необхідністю.

Крім того, застосування мультимедійних засобів на практичних заняттях дає змогу збільшити обсяг засвоєної інформації, активізувати роботу студентів тощо. Проте, незважаючи на процеси глобалізації, які стосуються й освітнього простору, варто пам’ятати, що залучення новітніх технологій до процесу навчання поліпшує якість презентації

навчального матеріалу та забезпечує ефективність його засвоєння студентами, але має лише допоміжний характер, а центральним об'єктом навчального процесу залишається викладач.

Таким чином, застосування новітніх технологій має значні освітні можливості. Це сучасний засіб підвищення мотивації до навчання, перевага якого насамперед у тому, що студент сам обирає місце, час і темп навчання, має вільний доступ до інформації, може тренуватися і сам контролювати свої знання, уміння та навички.

Література

1. Бабанский Ю. К. Энциклопедия педагогического процесса / Ю. К. Бабанский, М. М. Поташник. – К. : Рад. шк., 1984. – 284 с.
2. Великий тлумачний словник української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.
3. Захист Вітчизни : [підручник для 10–11 кл. загальноосвітніх навчальних закладів] / М. М. Бака, Ю. О. Квашньов, А. О. Литвиненко,
С. І. Операйло; за ред. Ю. О. Квашньова та А. О. Литвиненка. – К. : Вежа, 2006. – 448 с.
4. Машбиц Е. И., Гергей Т. Психолого-педагогические проблемы эффективного применения компьютера в учебном процессе// Вопросы психологии. -1985. -№3. –с.41.
5. Наука, освіта, суспільство очима молодих: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих науковців. Частина 1, Психолого- педагогічний напрям. - Рівне: РВВ РДГУ, 2013. -217 с.

Хаёт Исмойилов
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара, Узбекистан

ПРИМЕНЕНИЕ CAD/CAM/CAE

Современные предприятия не смогут выжить во всемирной конкуренции, если не будут выпускать новые продукты лучшего качества, более низкой стоимости и за меньшее время. Поэтому они стремятся использовать огромные возможности памяти компьютеров, их высокое быстродействие и возможности удобного графического интерфейса для того, чтобы автоматизировать и связать друг с другом задачи проектирования и производства, которые раньше были весьма утомительными и совершенно не связанными друг с другом. Таким образом сокращается время и стоимость разработки и выпуска продукта. Для этой цели используются технологии автоматизированного проектирования, автоматизированного производства и автоматизированной разработки или конструирования. Чтобы понять значение систем CAD/CAM/CAE, мы должны изучить различные задачи и операции, которые приходится решать и выполнять в процессе разработки и производства продукта. Все эти задачи, взятые вместе, называются жизненным циклом продукта.

Посмотрим каким образом на этапах этого цикла могут быть применены технологии CAD, CAM и CAE. Как уже говорилось, компьютеры не могут широко использоваться в подпроцессе синтеза, поскольку они не обладают способностью хорошо обрабатывать качественную информацию. Однако даже на этом этапе разработчик может, например, при помощи коммерческих баз данных успешно собирать важную для анализа осуществимости информацию, а также пользоваться данными из каталогов.

Непросто представить себе использование компьютера и в процессе концептуализации проекта, потому что компьютер пока еще не стал мощным средством для интеллектуального творчества. На этом

этапе компьютер может сделать свой вклад, обеспечивая эффективность создания различных концептуальных проектов. Полезными могут оказаться средства параметрического и геометрического моделирования, а также макропрограммы в системах автоматизированной разработки чертежей. Все это типичные примеры систем CAD. Система геометрического моделирования — это трехмерный эквивалент системы автоматизированной разработки чертежей, то есть программный пакет, работающий с трехмерными, а не с плоскими объектами.

В аналитической фазе проектирования ценность компьютеров проявляется по настоящему программных пакетов для анализа напряжений, контроля столкновений и кинематического анализа существует столько, что приводить какие- либо названия смысла не имеет. Эти программные пакеты относятся к средствам автоматизированного конструирования (CAE). Главная проблема, связанная с их использованием, заключается в необходимости формирования аналитической модели. Проблемы не существовало бы вовсе, если бы аналитическая модель автоматически выводилась из концептуального проекта. Однако, как уже отмечалось, аналитическая модель не идентична концептуальному проекту — она выводится из него путем исключения несущественных деталей и редукции размерностей. Необходимый уровень абстракции зависит от типа анализа и желаемой точности решения. Следовательно, автоматизировать процесс абстрагирования достаточно сложно, поэтому аналитическую модель часто создают отдельно. Обычно абстрактная модель проекта создается в системе разработки рабочих чертежей или в системе геометрического моделирования, а иногда с помощью встроенных средств аналитического пакета. Аналитические пакеты обычно требуют, чтобы исследуемая структура была представлена в виде объединения связанных сеток, разделяющих объект на отдельные участки, удобные для компьютерной обработки. Если аналитический пакет может генерировать сетку автоматически, человеку остается задать только границы абстрактного объекта. В

противном случае сетка также создается пользователем либо в интерактивном режиме, либо автоматически, но в другой программе. Процесс создания сетки называется моделированием методом конечных элементов. Моделирование этим методом включает в себя также задание граничных условий и внешних нагрузок.

Под процесс анализа может выполняться в цикле оптимизации проекта по каким-либо параметрам. Разработано множество алгоритмов поиска оптимальных решений, а на их основе построены коммерчески доступные программы. Процедура оптимизации может считаться компонентом системы автоматизированного проектирования, но более естественно рассматривать эту процедуру отдельно.

Фаза оценки проекта также выигрывает от использования компьютера. Если для оценки проекта нужен прототип, мы можем быстро сконструировать его по заданному проекту при помощи программных пакетов, генерирующих код для машины быстрого прототипирования. Такие пакеты считаются программами для автоматизированной подготовки производства (CAM). Разумеется, форма прототипа должна быть определена заранее в наборе входных данных. Данные, определяющие форму, получаются в результате геометрического моделирования. Быстрое прототипирование — удобный способ конструирования прототипа, однако еще удобнее пользоваться виртуальным прототипом, который часто называется «цифровой копией» и позволяет получить столь же полезные сведения.

Когда аналитические средства для работы с цифровыми копиями станут достаточно мощными, чтобы давать столь же точные результаты, что и эквивалентные эксперименты на реальных прототипах, цифровые копии начнут вытеснение обычных прототипов. Эта тенденция будет усиливаться по мере совершенствования технологий виртуальной реальности, позволяющих нам ощущать цифровую копию так же, как реальный прототип. Построение цифровой копии называется виртуальным прототипированием.

Виртуальный прототип может быть создан и в специализированной программе геометрического моделирования.

Последняя фаза процесса разработки — подготовка проектной документации. На этом этапе чрезвычайно полезным оказывается использование систем подготовки рабочих чертежей. Способность подобных систем работать с файлами позволяет систематизировать хранение и обеспечить удобство поиска документов.

Компьютерные технологии используются и на стадии производства. Процесс производства включает в себя планирование выпуска, проектирование и приобретение новых инструментов, заказ материалов, программирование машин с ЧПУ, контроль качества и упаковку. Компьютерные системы, используемые в этих операциях, могут быть классифицированы как системы автоматизированного производства. Например, программа автоматизированной технологической подготовки используется на этапе подготовки производства и относится к системам автоматизированного производства (CAM). Как отмечалось выше, подготовка производства с трудом поддается автоматизации, поэтому полностью автоматических систем технологической подготовки в настоящий момент не существует. Однако существует множество хороших программных пакетов, генерирующих код для станков с числовым программным управлением. Станки этого класса позволяют получить деталь нужной формы по данным, хранящимся в компьютере. Они аналогичны машинам для быстрого прототипирования. К системам автоматизированного производства относят также программные пакеты, управляющие движением роботов при сборке компонентов и перемещении их между операциями, а также пакеты, позволяющие программировать координатно-измерительную машину используемую для проверки продукта.

Итак, мы получили представление о том, каким образом компьютерные технологии используются в операциях, составляющих жизненный цикл продукта, и какие задачи решаются при помощи систем автоматизированного проектирования.

Мохаммед Аль-Даби
Одесский национальный политехнический университет
Одесса, Украина

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ И СХЕМ КОНТРОЛЯ ИНФОРМАЦИИ

Анотація: *Розглядається розвиток методів контролю інформації у складі цифрових компонентів комп'ютерних систем.*

Аннотация: *Рассматривается развитие методов контроля информации в составе цифровых компонентов компьютерных систем.*

Abstract: *Development of information control methods in the digital components of computer systems is considered.*

***Ключові слова*:** методи контролю інформації, комп'ютерна система, цифровий компонент, робоче діагностування.

***Ключевые слова*:** методы контроля информации, компьютерная система, цифровой компонент, рабочее диагностирование.

Key words: *methods of information control, computer system, digital component, operational diagnostics*

В цифровые компоненты компьютерных систем встраиваются схемы контроля для одновременной работы с основными схемами компонента в процессе решения вычислительных задач. Что контролируют эти схемы? Этот вопрос следует адресовать технической диагностике, той ее части, которая отвечает за выполнение основных вычислений. В разное время такую диагностику или такой контроль называли аппаратным в отличие от программного, встроенным, поскольку не может быть выносным. В настоящее время называют функциональным или рабочим в отличие от тестового, т.к. осуществляется при выполнении основных функций на рабочих входных словах, а не на тестовых в паузах основного функционирования [1].

В англоязычных публикациях можно встретить названия «built-in checking», «concurrent error detection» и наиболее часто – «on-line testing» [2].

На начальном этапе рабочее диагностирование (РД) наследовало модели, методы и средства из теории и практики помехоустойчивого кодирования, Кодеры и декодеры в процессе передачи данных считались абсолютно надежными и проверялись только тестами в паузах работы. Они стали прообразами схем контроля, на которые РД было распространено только с 1968 г., когда стала развиваться теория и практика построения полностью самопроверяемых схем: защищенных с обнаружением неисправности по первой ошибке и самотестируемых, т.е. ориентированных на обнаружение первой неисправности до появления второй [3, 4]. Определения полностью самопроверяемых схем основываются на обработке двоичных кодов без учета погрешностей. Эти определения на несколько десятилетий зафиксировали цель РД как контроль схемы обнаружением неисправности, а также требования к методам контроля – обнаруживать неисправность цифровой схемы по первой ошибке.

Как показывает ресурсный подход, описывающий интеграцию компьютерного мира в естественный, ресурсы, т.е. модели, методы и средства, развиваются от простого к реальному по естественному пути структурирования под особенности естественного мира. Простыми являются последовательные и точные формы, в соответствии с исходными представлениями и возможностями человека, а реальными – параллельные и приближенные, характеризующие естественный мир [5].

Поэтому нарастает значимость обработки приближенных данных, меняя модель данных от точных к приближенным, которые характеризуются старшими верными разрядами и младшими неверными, вес которых лежит ниже уровня погрешности [6]. Неисправности цифровых схем вызывают в этих разрядах ошибки, являющиеся для достоверности результата вычислений соответственно существенными и несущественными [7].

Корректируется цель РД как контроль достоверности результата вычислений, что для точных данных трактовалось как контроль схемы, поскольку все ошибки являются существенными, а их обнаружение свидетельствует и о неисправности схемы, и о недостоверном результате.

Методы РД впервые признаются методами контроля информации, а не схемы.

Литература

1. П. П. Пархоменко, Е. С. Согомонян и др. *Основы технической диагностики*. М.: Энергия, 1981, 320 с.
2. M. Nicolaidis, Y. Zorian. On-line testing for VLSI – a compendium of approaches. *Electronic Testing*: *Theory and Application (JETTA)*, vol. 12, 1998, P. 7-20.
3. D. A.Anderson, G. Metze. Design of totally self-checking check circuits for m-out-of-n code. *IEEE Trans. Comput*., vol. C – 22, No 3, 1977, P. 263-269.
4. C. Metra, L.Schiano, M. Favalli, B. Ricco. Self-checking scheme for the on-line testing of power supply noise. *Proc. Design, Automation and Test in Europe Conf*, 2002, P. 832-836, Paris, France.
5. *Введение в Green IT: методология, технологии и применение* / Под ред. В. С. Харченко, Х.: Нац. аэрокосмический ун-т им. Н.Е.Жуковского «ХАИ», 2014, 594 с.
6. Б. П. Демидович, И. А. Марон. *Основы вычислительной математики*, М.: Физматгиз, 1966, 664 с.
7. A. Drozd On-line Testing of Computing Circuits at Approximate Data Processing. *Radioelectronics & Informatics*, № 3, 2003, P. 113-116.

Зайниддин Рашидович Хўжаназаров,
Моҳинур Илич қизи Султонова
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара,Узбекистан

АУТЕНТИФИКАЦИЯ ПРОГРАММНЫХ КОДОВ

Для решения задачи аутентификации информации используется концепция цифровой (или электронной) подписи. Согласно терминологии, утвержденной Международной организацией по стандартизации (ISO), под термином «цифровая подпись» понимаются методы, позволяющие устанавливать подлинность автора сообщения (документа) при возникновении спора относительно авторства этого сообщения. Основная область применения цифровой подписи — это финансовые документы, сопровождающие электронные сделки, документы, фиксирующие международные договоренности и т. п.

Ключевые слова: Аутентификации информации, Цифровой подписи, Цифровая подпись, Использующих систему безопасности Kerberos

Для вирішення завдання аутентифікації інформації використовується концепція цифрової (або електронного) підпису. Відповідно до термінології, затвердженої Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO), під терміном «цифровий підпис» розуміються методи, що дозволяють встановлювати справжність автора повідомлення (документа) при виникненні спору щодо авторства цього повідомлення. Основна область застосування цифрового підпису - це фінансо¬вие документи, які супроводжують електронні угоди, документи, фіксірую¬щіе міжнародні домовленості і т. П.

Ключові слова: Аутентифікації інформації, Цифровий підпис, Цифровий підпис, що використовують систему безпеки Kerberos

To solve the problem of authentication information used concept tsifrovoy (e) the signature. According to the terminology adopted

Mezhdunarodnoy Organization for Standardization (the ISO), the term "digital signature" means methods to authenticate the author (document) in the event of dispute as to the authorship of the message. The main applications of digital signature - is finanso¬vye documents accompanying the electronic transaction documents fiksiruyu¬schie international agreements, etc...

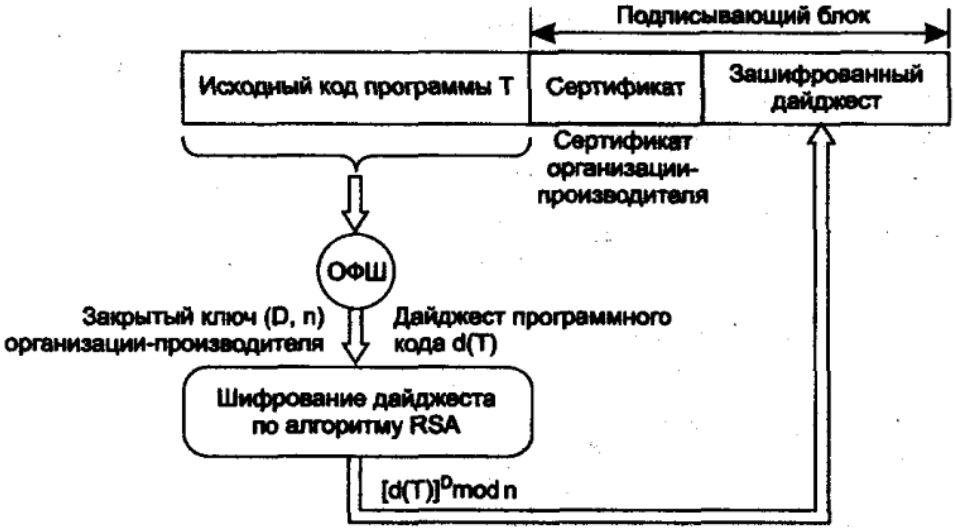
Keywords: Authentication information, digital signature, digital signature, uses the Kerberos security system

Компания Microsoft разработала средства для доказательства аутентичности программных кодов, распростираемых через Интернет. Пользователю важно иметь доказательства, что программа, которую он загрузил с какого-либо сервера, действительно содержит коды, разработанные определенной компанией. Протоколы защищенного канала типа SSL помочь здесь не могут, так как позволяют удостоверить только аутентичность сервера. Суть технологии аутентикода (authenticode), разработанный Microsoft состоит в следующим:

Организация, желающая подтвердит свое авторство на программу, должна встроить в распростираемый код так называемый подписывающий блок. Этот блок состоит из двух частей. Первая часть – сертификат этой организации, полученный обычном образом от какого-либо сертифицирующего центра. Вторую часть образует зашифрованный дайджест, полученный в результате применения односторонней функции к распространяемому коду. Шифрование дайджеста выполняется с помощью закрытого ключа организации.

Kerberos – это сетевая служба, предназначенная для централизованного решения задач аутентификации и авторизации в крупных сетях. Она может работать в среде многих популярных ОС, например семейства Windows система Kerberos встроена как основной компонент безопасности.

В основе функционирования этой достаточной громоздкой системы лежит несколько простых принципов.



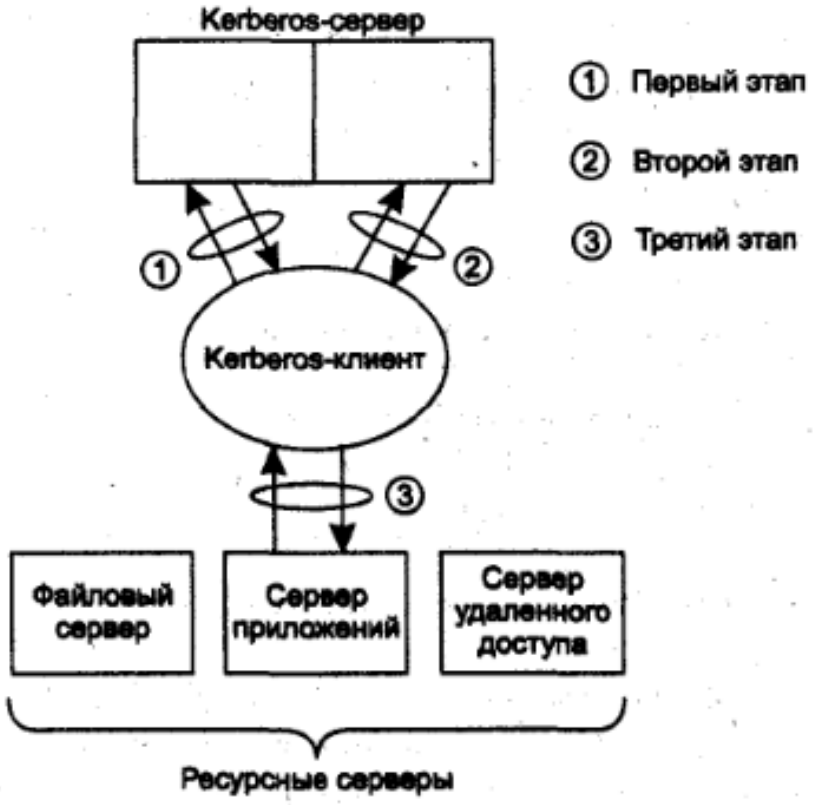
- В сетях, использующих систему безопасности Kerberos, все процедуры аутентификации между клиентами и серверами сети выполняется через посредника, которому доверяют обе стороны процесса аутентификации, при чем таким авторитетным арбитром является сама Kerberos.
- В системе Kerberos клиент должен доказывать свою аутентичность для доступа к каждой службе, услуги который он запрашивает.
- Все обмены данными в сети выполняется в защищенном виде с использованием алгоритма шифрования DES.

Сетевая служба Kerberos построена по архитектуры клиент-сервер, что позволяет ей работать в самих сложных сетях. Kerberos-клиент устанавливается на всех компьютерах сети, которые могут обратится к какой-либо сетевой службе. В таких случаях и поддерживает с ним диалог, необходимый для выполнения функции системы Kerberos.

Итак, в системе Kerberos имеются следующие участники: Kerberos-сервер, Kerberos-клиенты, ресурсные серверы. Kerberos-клиенты пытается получить доступ к сетевым ресурсам – файлам, приложениям, принтеру и т.д. Этот доступ может быт предоставлен,

во-первых, только легальным пользователям, а во-вторых, при наличии у них достаточной полномочий, определяемых службами авторизации соответствующих ресурсных серверов, - файловым сервером, сервером приложений, сервером печати. Однако в системе Kerberos ресурсным серверам запрещается «напрямую» принимать запросы от клиентов, им разрешается начинать рассмотрение запроса клиента только тогда, когда на это поступает разрешение от Kerberos-сервера. Таким образом, путь клиента к ресурсу в системе Kerberos состоит из трех этапов.

1. Определение легальности клиента, логический вход в сеть, получение разрешение на продолжение процесса получения доступа к ресурсу.
2. Получение разрешения на обращение к ресурсному серверу.
3. Получение разрешения на доступ к ресурсу.



Дарія Марущак
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПОШУКОВОЇ СИСТЕМИ.

У статті розглядаються теоретичні основи автоматизованого інформаційного пошуку, класифікація та різновиди інформаційно пошукових систем. Основні елементи та методи інформаційно-пошукових систем, принципи їх побудови та обміну даними в глобальній мережі Інтернет.

Ключові слова: інформаційно – пошукова система, інформаційні технології, інтернет, документ.

В статье рассматриваются теоретические основы автоматизированного информационного поиска, классификация и разновидности информационно поисковых систем. Основные элементы и методы информационно-поисковых систем, принципы их построения и обмена данными в глобальной сети Интернет.

Ключевые слова: информационно – поисковая система, информационные технологии, интернет, документ.

In the article the theoretical bases of computer-aided information retrieval, classification and types of information retrieval systems. The basic elements and methods of information retrieval systems, the principles of their construction and sharing in the global Internet.

Keywords: information search system, information technology, Internet, document.

Актуальність даної роботи на сучасному етапі розвитку цивілізації характеризується переходом найрозвиненішої частини людства від індустріального суспільства до інформаційного. Одним з найбільш яскравих явищ цього процесу є виникнення та розвитку глобальної інформаційної комп'ютерної мережі.

Сьогодні інформаційно – пошукова система є найбільш потужним механізмом пошуку мережевих інформаційних ресурсів Internet. Усе ширшого розповсюдження в Україні набувають нетрадиційні носії інформації. Вони значно доповнюють та розширюють їхній інформаційний потенціал та перелік послуг, що надаються користувачам. Характерною ознакою цього є збільшення інформації в електронному вигляді. Цьому сприяє розвиток інформаційних технологій, що базуються на використанні засобів комп’ютерної техніки та комунікаційного зв’язку. Проблема пошуку і збору інформації - одна з найважливіших проблем інформаційно пошукових систем.

Інформаційно – пошукові системи (ІПС) — це різновид автоматизованих інформаційних систем, в яких завершальна обробка даних не передбачається. Ці системи призначені для пошуку текстів (документів, їх частин, фактографічних записів) в сховищах (базах даних) за формальними характеристиками. Тому в роботі ІПС можна виділити два основних етапи: перший — збір і зберігання інформації, другий — пошук і видача інформації користувачам. Дуже важливо в результаті проведеного пошуку нічого не втратити, тобто знайти всі документи, пов'язані з запитом, і не знайти нічого зайвого □1□.

ІПС можна розділити на:

1. Локальні пошукові системи можуть бути розроблені для швидкого пошуку сторінок в масштабі окремого сервера.
2. Глобальні пошукові системи на відміну від локальних прагнуть обійняти неосяжне - по можливості найбільш повно описати ресурси всього інформаційного простору мережі Інтернет.
3. Регіональні пошукові системи описують інформаційні ресурси певного регіону, наприклад, російськомовні сторінки в Інтернеті □5□.

Предметами запиту в ІПС можуть бути бібліографічні дані, управлінська та фактографічна інформація, експертні оцінки, ретроспективний досвід, результати дослідження моделей і т.д. Таке

широке коло завдань обумовлює велику різноманітність типів ІПС. Вони розрізняються своїми цілями, об'ємом містяться відомостей, видами інформації, способами доведення її до споживача.

Розглянемо більш докладно сучасний ресурс вторинної інформації, який має прийти на зміну традиційним формам каталогів та картотек, - електронний каталог.

Internet, що є гігантським сховищем різних відомостей, являє першорядну цінність для усіх видів інформаційної роботи. Бібліографічний пошук не є винятком. Інформаційний працівник, що одержав доступ до Internet, за рахунок колосального інформаційного потенціалу мережі розширює свій інструментарій у десятки разів. Навіть невеликі за масштабом і складом ПА інформаційні установи отримують можливість успішно й у максимально стислий термін виконувати достатньо складні запити універсальної тематики. Internet дозволяє за півгодини "просканувати" найавторитетніші бібліографічні джерела світу і на їхній основі скласти змістовний список літератури □3□.

Важливою складовою бібліографічних ресурсів Internet є електронні каталоги інформаційних установ. В даний час в мережі їх існує більш 1000 - від найбільших книгосховищ світу до міських публічних бібліотек. Велику їхню частину складають каталоги інформаційних установ (насамперед, бібліотек).

У загальному випадку, можна виділити наступні пошукові інструменти:

Каталог - пошукова система з класифікованими за темами списком анотацій з посиланнями на web-ресурси. Класифікація, як правило, проводиться людьми. Пошук в каталозі дуже зручний і проводиться за допомогою послідовного уточнення тем. Тим не менш, каталоги підтримують можливість швидкого пошуку певної категорії або сторінки за ключовими словами за допомогою локальної пошукової машини □2□.

Електронні каталоги більшості українських бібліотек поки що не відіграють суттєвої ролі в інформаційному обслуговуванні

користувачів, оскільки вони відображають незначну частину бібліотечних фондів. При цьому такі каталоги функціонують як правило лише в локальних комп'ютерних мережах бібліотек, віддалені абоненти часто не мають он-лайнового доступу до їхніх бібліографічних ресурсів.

З українських бібліотек показовим є досвід Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського (НБУВ). З 1998 року ця інформаційна установа для оперативного забезпечення універсальних інформаційних потреб своїх користувачів надає доступ до електронних інформаційних ресурсів в середовищі Internet на власному web-сайті http://www.nbuv.gov.ua. Універсальні у видовому та тематичному аспектах інформаційні ресурси сайта - це результат сукупної діяльності усіх підрозділів НБУВ, які використовують комп'ютерні технології з метою створення бібліотечної складової національних інформаційних ресурсів. Серед основних інформаційно-ресурсних компонентів сайту є електронний каталог поточних надходжень, котрий відбиває український обов'язковий примірник документів та отриману бібліотекою іноземну літературу □6□.

Пошукова машина - пошукова система з формованої роботом базою даних, яка містить інформацію про інформаційні ресурси. Пошук в такій системі проводиться за запитом, що складається користувачем, що складається з набору ключових слів або фрази, укладеної в лапки. В описі документа найчастіше міститься кілька перших речень або витяги з тексту документа з виділенням ключових слів. Багато пошукових систем дозволяють проводити пошук в знайдених документах, причому ви можете уточнити ваш запит введенням додаткових термінів. Якщо інтелектуальність системи висока, вам можуть запропонувати послугу пошуку схожих документів. Для цього ви обираєте особливо сподобався документ і вказуєте його системі в якості зразка для наслідування. На сьогоднішній день немає іншого способу швидкого пошуку даних, окрім пошуку за ключовими словами □4□.

Приклади найбільш популярних пошукових машин:

Google, Bing, Yandex, Yahoo, Shukalka, Rambler.

Отже, у статті були розглянуті основні елементи інформаційно-пошукових систем. Сьогодні ІПС є найбільш потужним механізмом пошуку мережевих інформаційних ресурсів Internet. Internet продовжує розвиватися з неослабною інтенсивністю, по суті справи стираючи обмеження на поширення і отримання інформації у світі. Проте в цьому інформаційному океані буває не дуже легко знайти потрібний документ слід також мати на увазі, що в мережі поряд з давно діючими серверами виникають нові.

Література

1. Дацькова Н.С. Друковані та електронні каталоги бібліотек як джерело бібліографічного пошуку // Наукові праці Національної б-ки України ім. В.Вернадського. — К., 2001. — Вип. 6. — С. 492—497
2. Єрхов А. Інформаційний пошук у мережі INTERNET: використання «класичних» сервісів// Бібліотечний вісник.- 2003.- №2.- С.36-38.
3. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення: ДСТУ 2392-94.- К.: Держстандарт України, 1994.-54с.
4. Ланде Д.В. Інформаційно-пошукової системи [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: http://bukvar.su/informatika_programmirovanie/173550-Analiz-sushestvuyushih-informacionno-poiskovyh-sistem.html
5. Про інформацію: Закон України // Відомості Верховної Ради України.- 1992.- №48.- С.1444-1462
6. Швецова-Водка Г. Обласна бібліотека як центр комп’ютерної бібліографії: здобутки і проблеми // Бібліотечна планета. - 2003. - №4.-С.16-18.

Анастасія Акрабова
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБІГУ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР ТА МОБІЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Розглянуто основні проблеми охорони права інтелектуальної власності та питання щодо обігу комп'ютерних ігор та мобільного контенту на території України.

Ключові слова: право інтелектуальної власності, авторське право, комп'ютерна гра, мобільний контент, піратська продукція.

The main problems of protection of intellectual property rights and issues concerning the treatment of computer games and mobile content in Ukraine.

Key words: intellectual property, copyright, computer game, mobile content, pirated products.

Рассмотрены основные проблемы охраны права интеллектуальной собственности и вопросы относительно обращения компьютерных игр и мобильного контента на территории Украины.

Ключевые слова: право интеллектуальной собственности, авторское право, компьютерная игра, мобильный контент, пиратская продукция.

Відповідно до Конституції України, яка гарантує кожному громадянину свободу художньої, наукової і технічної творчості, наша незалежна держава послідовно створює свої власні механізми захисту інтелектуальної власності, авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, які виникають у зв`язку з різними видами інтелектуальної діяльності.

У загальновживаному розумінні «інтелектуальна власність» – це права на результати розумової діяльності людини в науковій, художній, виробничій та інших сферах, які є об'єктом цивільно-

правових відносин у частині права кожного володіти, користуватися і розпоряджатися результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності, які, будучи благом не матеріальним, зберігаються за його творцями і можуть використовуватися іншими особами лише за узгодженням з ними, крім випадків, визначених законодавством. За традицією, що склалася, інтелектуальну власність поділяють на «авторське право і суміжні права» та «патентне право» (право промислової власності), спільним є те, що об`єктами авторських прав та прав промислової власності виступають саме результати творчої діяльності людини.

Авторським правом регулюються відносини, які виникають в процесі створення та використання літературних, музичних і художніх творів, витворів кінематографії, наукових праць, серед яких необхідно виділити комп'ютерні, мобільні програми та бази даних.

В Україні здійснено великий обсяг робіт з формування нормативно-правової бази в зазначеній сфері відносин. Діють такі Закони України : «Про авторське право і суміжні права», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на зазначення походження товарів», «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем», «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних», «Про особливості державного регулювання діяльності суб`єктів господарювання, пов'язаної з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування», «Про науково-технічну інформацію» тощо. Значним досягненням правового регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності є прийняття 16 січня 2004 року нового Цивільного кодексу України, більшість норм якого з інтелектуальної власності містяться в книзі четвертій «Право інтелектуальної власності» [1, 1].

Стимулювання розвитку та охорони інтелектуальної власності набуває ролі одного з найважливіших чинників політико-економічних

відносин та економічної безпеки як в середині кожної розвиненої країни, так і в міжнародних відносинах.

На жаль, незважаючи на те, що в Україні вже сформована нормативно-правова база у сфері інтелектуальної власності, залишається велика кількість неврегульованих питань[3, 25].

Серед проблем охорони права інтелектуальної власності найгострішими визначаються такі, як випуск піратської продукції, в тому числі створення веб-сайтів виключно для поширення піратських матеріалів, не контрольоване використання фальшивих товарів, які приносять великі збитки бюджету, а також завдають великої шкоди іміджу країни, тривалість оформлення патенту та товарної марки, охорона комп`ютерних програм та баз даних, охорона виробників аудіовізуальної продукції, охорона знаків для товарів та послуг (товарних знаків), відсутність належного інформаційного забезпечення діяльності в галузі охорони інтелектуальної власності тощо. Набуття чинності економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, висуває на передній план питання можливих звинувачень вітчизняних виробників у порушенні прав інтелектуальної власності.

Питання щодо обігу комп’ютерних ігор та мобільного контенту на території України також залишається актуальним і на сьогодні.

На території України розповсюдження комп’ютерних ігор та мобільного контенту не врегульовано та не регламентовано з точки зору чинного законодавства. Не розроблені критерії відбору і маркування комп’ютерних ігор залежно від вікової аудиторії осіб, на яку вони розраховані. Вплив комп’ютерних та мобільних ігор на моральне та психічне здоров’я людини вивчено посередньо. Відсутня система класифікації комп’ютерних ігор залежно від віку осіб, починаючи з якого було б максимально безпечною гра в окремі ігри для дитячої психіки [4, 1].

Неупорядкований процес розповсюдження та реалізації комп'ютерних ігор з елементами насильства, жорстокості, еротики та мобільного контенту еротичного характеру.

Особливо проблемним є питання зв'язку мобільних телефонів та мережі Інтернет, з огляду на фактичну безкарність та швидкість, а також значні обсяги поширення матеріалів цими засобами.

Враховуючи вищезазначене, на сьогодні існує нагальна потреба:

- ініціювати питання законодавчого врегулювання порядку виробництва, встановлення права власності та реєстрації продукції мобільного контенту та комп'ютерних ігор (розробка проекту закону про обіг комп'ютерних ігор та продукції мобільного контенту на території України, встановлення правового механізму запобігання обігу на території України продукції мобільного контенту та комп'ютерних ігор, які порушують законодавство у сфері захисту суспільної моралі, розробка проекту закону про обіг інформаційної продукції у мережі Інтернет);
- вивчити досвід інших країн щодо регулювання питання обігу інформаційної продукції з елементами еротики, насильства та жорстокості
- вивчити та можливо застосувати міжнародні рейтингові системи відеоігор та іншого розважального програмного продукту (європейська рейтингова система Pan European Game Information, американська Entertainment Software Rating Board та інші);
- у законопроектах передбачити норми щодо застосування засобів для обмеження доступу дітей до перегляду мобільного контенту еротичного характеру, а також блокувати доступ споживачів, за їх волевиявленням, до мобільного контенту еротичного характеру та комп'ютерних ігор, що негативно впливають на дітей;
- створити класифікатори комп'ютерних ігор, в тому числі за віковим критерієм;
- створити реєстри комп'ютерних та мобільних ігор, у тому числі ігор, що виробляються чи розповсюджуються в Україні та зміст яких

не відповідає вимогам ст. ст. 300, 301 Кримінального кодексу України і ст. 2 Закону України «Про захист суспільної моралі»;

- упорядкувати процес розповсюдження мобільного контенту та комп'ютерних ігор. Визначити експертний орган для оцінки комп'ютерних ігор, встановити порядок дослідження, ліцензування, реєстрації, внесення до реєстру та відповідальність за порушення встановлених законодавством вимог; - створити інформаційні продукти для здійснення роз'яснювальної роботи серед батьків та інших осіб щодо прийнятності перегляду медійних продуктів дітьми або молоддю. Застосовувати практику залучення до здійснення контролю батьків та представників громадськості [2, 1].

Наприклад, створити веб-портал для батьків, які занепокоєні негативним впливом будь-якої інформаційної діяльності або продукції для дітей, за допомогою якого можна написати скаргу до відповідних контролюючих установ.

Література:

1. Головкова, О.М. Генезис правової охорони інтелектуальної власності. // «Форум права [Електронне наукове фахове видання]». – Харківський національний університет внутрішніх справ. – 2008. – № 1. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2008-1.htm

2. Інформаційна довідка про відповідність вимогам Закону України «Про захист суспільної моралі» змісту комп'ютерних ігор та мобільного контенту, які розповсюджуються на території України / Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.moral.gov.ua/upload/inf-dovidka-games.pdf.

3. Цибульов, П. М. Популярно про інтелектуальну власність: абетка / За заг. ред. к.е.н. М. В. Паладія. – К.: ТОВ «Альфа-ПІК» – 2004. – 56 с.

4. Юрченко, О. М. Современное состояние государственной системы прав интеллектуальной собственности в Украине: организационно-правовой аспект [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.crime-research.ru.

Ангеліна Трофимчук
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ТЕХНОЛОГІЯ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ ОГЛЯДІВ НОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ, ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА

У статті розкрито зміст поняття «бібліографічний огляд». Простежено спільне та відмінне огляду художньої, наукової та публіцистичної літератури.

Ключові слова: *бібліографічний огляд, література, джерело інформації, книги, книжкова виставка, документ.*

В статье раскрыто содержание понятия «библиографический обзор». Прослежено общее и отличное обзора художественной, научной и публицистической литературы.

Ключевые слова: *библиографический обзор, литература, источник информации, книги, книжная выставка, документ.*

The content of the concept "bibliographic overview" is disclosed in the article. A general and excellent review of artistic, scientific and journalistic literature has been traced.

Keywords: *bibliographic review, literature, source of information, books, book exhibition, document.*

Бібліографічний огляд містить характеристику документів як джерел інформації, які з'явилися за певний час або об'єднаних за будь-якою ознакою. Бібліографічні огляди в свою чергу поділяються на огляди нових надходжень (матеріалів, що вийшли в світ за останній період - місяць, квартал, рік); джерелознавчі огляди, що розглядають характер, призначення і тематику творів з певної проблеми або предмету; огляди інформаційних видань (певної сукупності реферативних журналів, бібліографічних покажчиків і т.п.).

Бібліографічний огляд являє собою зведення бібліографічних даних щодо різного роду первинних джерел інформації. У завдання бібліографічних оглядів входить відбір достатньої кількості джерел, їх

бібліографічний опис і характеристика змісту. Огляди звичайно складаються з двох частин: тексту, який містить порівняльну характеристику основної літератури, і бібліографічного списку по темі. Бібліографічні огляди служать джерелознавчою базою для наукової і інформаційної діяльності. Це перша ступінь інформаційного узагальнення. [1]

Розглянемо декілька визначень поняття «бібліографічний огляд» та їх інформаційну наповненість.

Бібліографічний огляд — це розповідь чи бесіда про книги, побудована за певним планом, що супроводжується розкриттям змісту, оцінкою і рекомендацією творів літератури, які розглядаються.

Огляд складається з трьох частин: вступу, основної частини, закінчення.

У першій частині дається коротка характеристика теми, розкривається її значення, важливість. Після цього необхідно коротко охарактеризувати літературу, що розглядається, сказати, наприклад, що бесіда присвячена науково-популярній, художній літературі. Потім іде розповідь про книги з короткою характеристикою кожної.

Аналізуючи окремі книги, бібліотекар коротко знайомить аудиторію з їх змістом, основними ідеями, художніми образами, літературними героями або з практичними висновками (якщо розглядається природнича чи технічна література). Не можна зводити огляд літератури до читання анотації. Мистецтво побудови огляду полягає в тому, щоб він не перетворився в механічне перерахування книг, а носив характер живої бесіди, розповіді про кращі книги. Книги розглядаються в логічній послідовності й взаємозв’язку.

Для більшої наочності книги демонструються юним читачам, дається можливість переглянути анотації. Потрібно відзначити, що предметом огляду може слугувати й одна книга, що охоплює велике коло питань.

Творчий підхід до роботи може перетворити традиційну масову форму в нову й набагато цікавішу. Як, наприклад, діалог-огляд. Його

рекомендуємо проводити для користувачів середнього та старшого шкільного віку з метою більш поглибленого знайомства з проблемними статтями з газет і журналів однієї тематики. [3]

Бібліографічний огляд — це огляд, який містить характеристику первинних документів, опублікованих за певний час або об'єднаних за певною загальною ознакою, переважно за спільною галуззю або темою.

Для того, щоб скласти якісний бібліографічний огляд, необхідно: визначитися із цільовим та читацьким призначенням огляду; здійснити ретельний пошук та відбір релевантних джерел інформації; переглянути й проаналізувати відібрані видання з метою розкриття їх змісту та виокремити найбільшзначущі для огляду документи.

Слід зазначити, що такий вид оглядів є достатньо поширеним у бібліотечній діяльності. Більшість книжкових виставок, що перебувають в експозиції, доповнюються тематичними бібліографічними списками або оглядами. [4]

Бібліографічні огляди залишаються невід'ємною складовою всіх наукових робіт, починаючи з курсової роботи, бакалаврського чи магістерського дипломів, до кандидатської чи докторської дисертацій. Відмінність таких бібліографічних оглядів полягає лише в кількості охоплених (основних) джерел, якими користувалися під час написання наукової роботи. Від 8–15 джерел в огляді — у курсовій роботі, до 50–100 — у кандидатській чи докторській дисертаціях. [2]

Бібліографічний огляд – це бібліографічній посібник, в письмовій або усній формі представляє собою зв'язне оповідання.

Розрізняються за призначенням (інформаційні, рекомендаційні) і за змістом (універсальні,галузеві, тематичні, персональні).В бібліографічних оглядах характеристика творів доповнюється необхідними поясненнями і фактичними данними. Цільове і читацьке призначення, зміст теми та інші особливості визначають кількість творів, про яких надається інформація в огляді. За звичай документи в огляді групуються за принципом «від загального до приватного», «від складного до простого». Така будова дозволяє отримати читачеві

певний обсяг знань. Іноді документи в огляді групуються по окремих аспектах теми, по значущості документів, за жанрами. В огляді історичної літератури зазвичай застосовується історико-хронологічне угрупування. Основним елементом огляду є вступна частина та заключна частина (висновки). У вступі надається тема, її специфіка, вказується цільове та читацьке призначення. Основна частина – це розповідь про документи. Характеристика кожного документу містить відомості про автора, назву документа, відомості про розглянуті питання. Обов'язково складаються короткі тексти, які об'єднують всі частини огляду в цілісне оповідання. Іноді з'єднувальними текстами служить анотація. У заключній частині підводяться підсумки, даються рекомендації, вказується література по даній темі. При укладенні наводиться список літератури. У цьому списку даються повні бібліографічні описи всіх згаданих в огляді документів. [5]

Таким чином, бібліографічний огляд слугує для ознайомлення читачів з новою літературою та популяризує книги. Залежно від виду літератури (художня, наукова, публіцистична) він має свої особливості.

Література

1. Варенко В. М. Референтна справа: навчальний посібник / В. М. Варенко. — К.: Кондор, 2008. — 212 с.
2. Захарчук Т. В. Аналитико-синтетическая переработка информации / Т. В. Захарчук, И. П. Кузнецова. — СПб.: Профессия, 2011. — 104 с.
3. Ліпей О. Методика бібліотечних заходів: теорія і практика [Електронний ресурс]//Кіровоградська обласна бібліотека для дітей ім. Т.Г. Шевченко.2010.

URL: http://librarychl.kr.ua/pro_bib/nah_vud_metod_bibl_zahid.php

4. Пикало В. Технології масової роботи шкільної бібліотеки//Шкільна бібліотека.-2008.-№ 10.-ст.69 – 70.
5. Хімчук О. Бібліографічна діяльність шкільного бібліотекаря // Шкільна бібліотека.-2004.-№ 4.- ст.13 – 15.

Лариса Ященко, Виктория Армер
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

НЕОБХІДНСТЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація: *Аналізуються найбільш вагомі аспекти сутності інформаційної аналітики як бази прийняття управлінських рішень. Розглядається стан та перспективи розвитку вітчизняного рекреаційно-туристичного бізнесу в Україні. Обґрунтовується необхідність проведення систематичних інформаційно-аналітичних досліджень в даній сфері на основі порівняльного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду.*

Ключові слова: *інформаційна аналітика, інформаційно-аналітичні дослідження, прийняття рішень, рекреаційно-туристичний бізнес.*

Аннотация: *Анализируются наиболее значимые аспекты сущности информационной аналитики как базы принятия управленческих решений. Рассматривается состояние и перспективы развития отечественного рекреационно-туристического бизнеса в Украине. Обосновывается необходимость проведения систематических информационно-аналитических исследований в данной сфере на основе сравнительного анализа отечественного и зарубежного опыта.*

Ключевые слова*: информационная аналитика, информационно-аналитические исследования, принятие решений, рекреационно-туристический бизнес*

Abstract: *The most significant aspects of the essence of information analytics as a basis for making managerial decisions are analyzed. The state and prospects of development of the domestic recreational and tourist business in Ukraine are considered. The necessity of carrying out systematic*

information and analytical research in this field based on a comparative analysis of domestic and foreign experience is substantiated.

Keywords: *information analytics, information and analytical research, decision-making, business of recreation-tourism.*

Актуальність: Останнім часом в зв'язку зі збільшенням інформаційних потоків і зростанням відповідальності за прийняття управлінських рішень інформаційна аналітика стає надзвичайно затребуваною у всіх значимих сферах соціально-економічної діяльності України, зокрема, в рекреаційно-туристичному бізнесі. Однак на сьогоднішній день спостерігається серйозний розрив між затребуваністю аналітичних продуктів для підготовки прийняття рішень і незадовільним рівнем проведення відповідних інформаційно-аналітичних досліджень.

Метою статті є обґрунтування необхідності проведення систематичних інформаційно-аналітичних досліджень для прийняття управлінських рішень у вітчизняному рекреаційно-туристичному бізнесі.

Досягнення мети передбачає вирішення наступних ***завдань***:

1. визначити сутність інформаційної аналітики як бази прийняття управлінського рішення;
2. охарактеризувати сучасний стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного бізнесу в Україні;
3. визначити напрями проведення аналітичних досліджень для підтримки прийняття управлінських рішень в рекреаційно-туристичній сфері.

Проблема застосування інформаційно-аналітичних досліджень для прийняття управлінських рішень завжди перебувала в центрі уваги теоретиків та практиків. Їй присвячені роботи багатьох відомих вчених, таких як Захарова І.В, Філіпова Л.Я., Кузнєцов І.М., Сляднєва Н. А Кремньов Є.В., Мелюхин О.Г., Михайлюк А.В. та інші. Однак, незважаючи на надзвичайну популярність і затребуваність аналітики, єдиний підхід до розуміння її сутності досі не вироблено. Як

відзначають Захарова І.В., та Філіпова Л.Я. «існує багато визначень поняття« інформаційно-аналітичної діяльності », якщо її розглядати в різних аспектах ...» [5, 142].

Очевидно, що багатогранність феномена аналітики обумовлює безліч підходів і аспектів її розгляду, серед яких основними можна вважати семантичне перетворення вхідних даних, аналітичну розвідку вхідних даних, нові технології в контексті Business Intelligence, інформаційну безпеку, органічний компонент процесу прийняття рішень.

Так, з точки зору Д. І. Пушкашу [8, 36], «інформаційно-аналітична діяльність - це процес семантичної обробки даних, в результаті якої розрізнені дані перетворюються в закінчену інформаційну продукцію - аналітичний документ». Його думку поділяють такі вчені-аналітики, як І.М. Кузнєцов, Н.А. Сляднєва, А.Н. Кривобокова, А.В. Михайлюк [6] та інші.

Основоположником концепції інформаційної аналітики в контексті стратегічної розвідки у військово-політичній сфері є Вашингтон Плетт, який в книзі «Інформаційна робота стратегічної розвідки» [7] виклав основні принципи і методи інформаційно-аналітичної роботи, які можна застосувати до проведення досліджень в будь-якій сфері діяльності.

Розвиваючи ідеї В. Плетта для потреб сучасної аналітики, Дж. Тьюки в книзі «Аналіз результатів спостережень. Розвідувальний аналіз» [9] виклав основи розвідувального аналізу даних, акцентуючи увагу на наочній інфографічній формі представлення зібраних даних для полегшення виявлення закономірностей і більш глибокої аналітичної обробки.

Останнім часом активно розвивається технологічний аспект інформаційної аналітики в контексті використання автоматизованих систем бізнес-аналізу (Business Intelligence). За словами відомого аналітика дослідної компанії Gartner Ріти Соллі [3, 1] «бізнес-аналіз - це найперша необхідність для більшості організацій». Системи Business Intelligence виникли 20 років тому як засіб, що допомагає

приймати рішення. Подібні системи характеризуються використанням таких новаторських засобів, як обробка даних в оперативній пам'яті і застосування методу асоціативного аналізу. Нові відомості, отримані в результаті такого аналізу, допомагають досягати поставлених бізнес-цілей шляхом оптимального використання вже наявних даних. На даний момент існує велика кількість автоматизованих систем бізнес-аналізу: SAP Business Objects, SAP BPC, QlikView та інші.

Найбільш важливим аспектом аналітики є спеціалізована інформаційно-аналітична діяльність як компонент сучасного процесу прийняття рішень. У певному сенсі цей аспект інтегрує в собі усі вищеназвані, оскільки прийняттю будь-якого серйозного рішення завжди передує семантичне перетворення вхідного інформаційного потоку шляхом застосування інтелектуальних та автоматизованих технологій аналізу.

Таким чином, незважаючи на велику кількість концепцій, все теоретики і практики сходяться в думці, що специфіку інформаційної аналітики як окремої галузі інтелектуальної діяльності становлять три основні риси:

- створення нового вивідного знання
- семантичне перетворення наявної інформації
- оптимізація прийняття рішень.

Необхідність систематичного інформаційно-аналітичного супроводження прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері соціально-економічної діяльності вже остаточно визнана нашим суспільством. Соціальна практика свідчить, що постановка аналізу інформації на регулярну основу є ознакою певного рівня зрілості фірм та підприємств, а також показником стратегічного бачення їхнього керівництва [10]. Але, на жаль, у вітчизняному бізнесі аналітичні дослідження здійснюються здебільшого безсистемно, хаотично, непрофесійно, що не дозволяє в повній мірі використати безмежні можливості сучасної інформаційної аналітики. Така тенденція

спостерігається в усіх сферах української економіки, зокрема, в сфері рекреаційно-туристичного бізнесу.

Термін «рекреаційно-туристичний» є похідним від понять «туризм» і «відпочинок», оскільки включає в себе подорож з метою відпочинку в курортно-оздоровчій зоні. Згідно зі статтею 50 Земельного кодексу України [2] до рекреаційних земель відносяться ті, які використовуються для відпочинку населення, туризму та проведення спортивних заходів. У Законі України «Про благоустрій населених пунктів» [1] в 3 розділі в статті 13 сказано, що до об'єктів благоустрою населених пунктів належать території загального користування, де є чітке перерахування всіх можливих об'єктів. У тому числі до них відносяться пляжі, які за привабливістю для туристів посідають одне з чільних місць.

На сьогоднішній день значення рекреаційно-туристичної галузі, зокрема, пляжної індустрії, в нашій країні недооцінене, серйозна державна програма її розвитку практично відсутня. При комплексному і системному підході економічний ефект від її успішного функціонування може стати одним з основних бюджетонаповнюючих факторів як в масштабах держави, так і в районах Чорноморсько-Азовського узбережжя, Прикарпаття і Закарпаття [4, 1].

Стратегічна мета розвитку туризму і відпочинку в Україні полягає у створенні конкурентоспроможного продукту, який зможе максимально задовольнити потреби в подорожах і відпочинку населення нашої країни і іноземців. З огляду на зручне геополітичне становище України, це може стати чудовою нагодою її входження до когорти країн, орієнтованих на надання туристичних послуг [4, 1]. Розвиток цієї галузі вітчизняної економіки має відбуватися за двома взаємопов'язаними магістральними напрямками - вдосконалення матеріальної бази рекреаційної інфраструктури та підвищення якості обслуговування. Все це свідчить про актуальність глибокого вивчення нинішнього стану рекреаційно-туристичної галузі України та подальших перспектив її розвитку. Такі дослідження повинні стати

органічною частиною розвитку потужного рекреаційно-туристичного потенціалу України, за умови, що вони будуть проводитися не одноразово, а регулярно, на систематичній основі, із залученням наукових методів дослідження і досвіду професійних кадрів-аналітиків. Інформаційно-аналітичні дослідження доцільно проводити як комплексний, системний аналіз ринку, що включає в себе наступні напрямки:

- виявлення списку реально діючих і потенційних учасників ринку;
- вивчення накопиченого позитивного і негативного досвіду;
- аналіз спектру послуг, що надаються;
- аналіз динаміки туристичного потоку;
- вивчення клієнтських оцінок якості послуг;
- виявлення співвідношення «ціна-якість» і т.д.

Прийняття рішень в сучасному українському рекреаційно-туристичному бізнесі завжди пов'язане з необхідністю врахування комплексу місцевих реалій і менталітету, які складалися протягом десятиліть і які чинять негативний вплив на вибір туристами України як місця відпочинку. У цьому контексті абсолютно необхідним є їх об'єктивна, критична оцінка на основі порівняльного аналізу з аналогічними факторами в зарубіжних країнах. Проаналізувавши і переформатувавши туристичні продукти, створені в країнах - лідерах туризму, адаптувавши їх до наших умов і реалій, ми зможемо отримати свій якісний, затребуваний і конкурентоспроможний туристичний продукт.

Таким чином, при прийнятті рішень з метою розвитку вітчизняного рекреаційно-туристичного бізнесу особливу увагу необхідно приділити впровадженню практики систематичних інформаційно-аналітичних досліджень, які зможуть дати нові ситуативні знання для успішного розвитку цієї галузі.

Література

1. Про благоустрій населених пунктів. Закон України [Текст] Із змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 16 вересня

2008 року №509-У1 — Реж. доступа: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-15.

2. Земельний кодекс України.[Текст]// Відомості Верховної Ради України (ВВР) 2002.- № 3-4. С. 27)- Реж. доступа: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2768-14/page2.

3. Верхей, Роже, Business Intelligence: новое десятилетие, новые тренды? [Электронный ресурс] / Роже Верхей // PC Week . — 2010. — № 23-24 (725-726) 22 июня – 5 июля. — Реж. доступа: https://www.pcweek.ru/idea /article/detail.php?ID=123799.

4. Дейнека, Л.А. Развитие рекреационных зон в Украине [Текст] / Дейнека Л.А., Желтикова С.В. — Реж. доступа: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/ handle/123456789/55824/12-Deyneka.pdf?sequence=1.

5. Захарова .І.В. Філіпова Л. Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності [Текст] : навч. посіб. / Захарова В.І., Філіпова Л. Я. — К. : Центр учбової літератури, 2013. — 336 с . — Реж. доступа: http://culonline.com.ua/Books/Osnovy_inform_ana lit_Zaharova.pdf.

6. Михайлюк, А. В. Информационная аналитика: семиотический аспект [Текст] / А. В. Михайлюк // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія : Науковий журнал. — 2011. — № 1. — С. 41-48. — Реж. доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2011_1_7.

7. Плєтт, Вашингтон. Информационная работа стратегической разведки. Основные принципы [Текст] / Плєтт Вашингтон. — М.: Издательство иностранной литературы, 1958. — 56 с. — Реж. доступа: http://royallib.com/ read/plett_vashington/informatsionnaya_rabota_strategicheskoy_razvedki _osnovnie_printsipi.html#0.

8. Пушкашу, Д.И. Информационно-аналитическая работа как процесс семантической обработки данных [Электронный ресурс] / Д.И. Пушкашу. – Реж. доступа: tiara.narod.ru.

9. Тьюки, Джон Анализ результатов наблюдений. Разведочный анализ [Текст] / Джон Тьюки. — М.: Мир, 1981. – 696 с.

10. Ященко Л.Є. Шляхи оптимізації проведення етапу збору документів та фактів в інформаційно-аналітичному дослідженні [Текст]/ Л.Є.Ященко // Міжнародний науковий журнал. International Scientific Journal. – К., 2016. – Вип 8. – С.46-48. – Реж.доступу: http://www.inter-nauka.com/issues/2016/8/1483.

Тетяна Масленко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса,Україна

БІБЛІОТЕКА ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ ТА ОСЕРЕДОК РОЗВИТКУ ІБТ

Бібліотека, реалізуючи інформаційну функцію в умовах практично необмеженого доступу до банків інформації за допомогою комп'ютерної мережі бібліотек, сприяє розкриттю й реалізації творчих здібностей, самовдосконаленню й самореалізації в інформаційному суспільстві.

Ключові слова: *бібліотека, соціальний інститут, рекреаційна функція, культура, саморозвиток.*

Библиотека, реализуя информационную функцию в условиях практически неограниченного доступа к банкам информации с помощью компьютерной сети библиотек, способствует раскрытию и реализации творческих способностей, самосовершенствованию и самореализации в информационном обществе.

Ключевые слова: *библиотека, социальный институт, рекреационная функция, культура, саморазвитие.*

The library, implementing the information function in conditions of almost unlimited access to information banks by means of a computer network of libraries, promotes the disclosure and realization of creative abilities, self-improvement and self-realization in the information society.

Keywords: *library, social institute, recreational function, culture, self-development.*

Актуальність теми: Сучасний період соціальної трансформації суспільства висуває перед українськими бібліотеками завдання вибору напрямів і функцій розвитку їх суспільної життєдіяльності з урахуванням загальнолюдських та національних пріоритетів на фоні поляризації сучасного українського суспільства, негативних наслідків інформаційної цивілізації. [1]

Бібліотека — культурно-освітній заклад, що організовує комплектування, зберігання, громадське використання видавничої писемної культури і друку та виконує інформаційну, освітню, методичну і видавничу функції. [4]

Соціальний інститут — організована система зв'язків та соціальних норм, яка об'єднує важливі суспільні цінності та процедури, які задовольняють основні потреби суспільства.

Бібліотеки України є базовим елементом культурної, наукової, освітньої, інформаційної інфраструктури держави. Вони важливі для розвитку інформаційної та мовної культури суспільства, патріотичного, правового та екологічного виховання, формування стійкого інтересу до вивчення та розуміння національної історії та культури. Бібліотеки сприяють розбудові читаючої, мислячої та освіченої нації, спроможної практично втілювати набуті знання і досвід у розбудову незалежної України. [3]

Інформаційно-бібліографічна робота є важливою складовою діяльності бібліотек, що спрямована на оперативне задоволення інформаційних потреб користувачів. В умовах розвитку інформаційних технологій вона набуває особливого значення та вимагає ефективного використання накопиченого документального потенціалу. Бібліотеки на сучасному етапі залишаються загальнодоступним і практично безоплатним джерелом отримання різноманітної інформації для всіх верств населення, а їх інформаційно-бібліографічна діяльність - на новому етапі розвитку. [2]

Радикальна перебудова суспільної свідомості, духовних цінностей, світоглядних орієнтацій розширює соціальні функції бібліотеки. З метою сприяння збереженню й зміцненню фізичного та духовного здоров'я особистості шляхом застосування різних засобів і заходів бібліотека розширює свої функції.

Як свідчать бібліотекознавчі дослідження останніх років, читачі все частіше звертаються до бібліотеки з метою вирішення психологічних проблем, подолання психоемоційного дискомфорту, викликаних негативними наслідками перехідного періоду, що супроводжуються радикальними змінами в соціальній сфері.

Якщо погодитись з тим, що здоров'я — «це здатність адаптуватись, пристосовуватись до все більш змістовно багатшого життя у все менш еволюційно сприятливому середовищі проживання» (Чекалов А.Е.), то зміни життя на краще, включаючи параметри рівня, якості та тривалості самого життя, зумовлюють, поряд з іншими факторами, покращання організації дозвілля людини, в т.ч. засобами бібліотечної діяльності.

Рекреаційна функція бібліотеки полягає в організації змістовного дозвілля на основі комплексу спеціальних заходів, спрямованих на відновлення та відтворення втрачених або послаблених психічних сил, оптимізації самопочуття людини, що сприяє її пристосуванню до умов праці і побуту.

Ефективність рекреаційної функції бібліотеки пов'язана із змістовно- комунікативним характером діяльності, а також з її впливом на формування таких соціокультурних чинників, як стиль життя, соціальний статус, соціальні стереотипи і настанови, індивідуальна культура особистості. Вивчення особливостей рекреаційних потреб та інтересів кожної читацької групи, кожного користувача також створює умови ефективної рекреаційної діяльності бібліотеки, розширення та урізноманітнення видів і форм дозвілля.

Організація змістовного дозвілля з урахуванням психофізіологічних особливостей дітей, підлітків та молоді в дитячих,

юнацьких і публічних бібліотек сприяє утворення соціалізуючого середовища, вихованню загальнолюдських цінностей. Запровадження інноваційних бібліотечних технологій при організації дозвілля людей похилого віку сприяє залученню їх до культурного соціуму, продовженню активного способу життя, реалізації їх інтелектуального і морального потенціалу.

Рекреаційна функція бібліотеки повною мірою реалізується через практичну бібліотерапію, головною метою якої є «протистояння негативним тенденціям у суспільстві, здатність формувати настанови на позитивну самореалізацію різних категорій населення і тим самим збереження і зміцнення фізичного та духовного здоров'я, цілісності особистості» (Дрешер Ю.Н.) Водночас бібліотерапія є також наукою про закономірності, механізми, засоби збереження, зміцнення фізичного і духовного здоров'я, цілісності особистості у несприятливих умовах засобом синтезування ситуацій читання спеціально дібраної літератури (Дрешер Ю.Н.). Можна було б уточнити: «… спеціально дібраної бібліотекарем літератури із документного фонду бібліотеки».

Посилення рекреаційної діяльності бібліотеки з метою пом'якшення наслідків «стресового суспільства» здійснюється шляхом комплексності й адресності рекреаційних заходів стимуляції соціальної активності користувачів бібліотеки, підтримки найуразливіших верств населення, залучення користувачів, громадськості до участі у цій роботі. Поліфункціональність дозвіллєвої діяльності бібліотеки спрямовується на активізацію різноманітних засобів пошуку активних напрямів організації дозвілля з використанням сучасних технологій.

Активізація цієї роботи засвідчує, що бібліотеки можуть бути не лише інформаційними центрами, але й центрами відпочинку та розваг. Тим більше, що у співвідношенні «безоплатні-платні» послуги у сфері дозвілля пріоритетною серед більшості населення залишається бібліотека, обрана для використання вільного часу (Ловкова Т.Б.).

Сучасна бібліотека є важливим осередком культури, що безоплатно надає користувачам не лише інформаційні послуги, але й сприяє розвитку інтелектуального та творчого потенціалу особистості, організації спілкування, відпочинку та розваг.

Бібліотеки, втілюючи оригінальні культурно-дозвіллєві програми, організовуючи літературно-музичні салони та вітальні, естетичні студії, кружки і клуби за інтересами, диспути, презентації, читацькі конференції, тематичні вечори, творчі зустрічі, круглі столи сприяють створенню оптимальної інфраструктури для організації відпочинку в бібліотеках різних типів, а також сприяють диференціації рекреаційних запитів користувачів з урахуванням потреб сучасного українського суспільства.

Водночас бібліотека допомагає організації читання художньої, мистецької, розважальної літератури, що задовольняє різні види відпочинку громадян. Результати соціології читання засвідчують про зниження загальної кількості прочитаних книжок.

Тому читання як процес навчання, виховання та відпочинку турбує не лише читачезнавців, але й урядовців, науковців, громадськість, оскільки рівень читацької культури визначає культуру суспільства в цілому. Серед співвідношення каналів задоволення суспільної потреби у читанні бібліотекам належить провідна роль. Рекреаційній діяльності бібліотеки притаманна і аксіологічна складова, що виявляється у пошуках фундаментальних цінностей, закладених у книзі, просторі друкованого тексту, друкованому слові.

Бібліотека як традиційний соціальний інститут в перехідний від тоталітаризму до демократії період постає як найефективніший чинник динамізації суспільного розвитку, про що свідчить розвиток соціальних функцій, перехід на якісно новий рівень її самоорганізації. Виокремлення традиційних та актуалізація новостворюваних функцій як внутрішніх суспільних факторів саморозвитку, самовідтворення і самоформування бібліотеки відображає її динамічну природу. Актуальною стає проблема активізації функцій, викликаних

особливостями суспільного розвитку для збереження стабільного функціонування та якісного удосконалення бібліотеки в системі закладів соціальної комунікації.

Література

1. Бібліотека як традиційний соціальний інститут [Електронний ресурс.] Режим доступу: http://osvita.ua/vnz/reports/culture/11084/ (Дата звертання: 03.03.2017).
2. Інформаційно-бібліографічне обслуговування: від традицій до інновацій [Електронний ресурс.] Режим доступу: http://lucl.kiev.ua/info/images/mat/kkk6.pdf (Дата звертання: 05.03.2017).
3. Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року “ Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України ” [Текст] : РОЗПОРЯДЖЕННЯ від 23 березня 2016 р. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України - 2016 р. - № 219-р.
4. Словник [Електронний ресурс.] Режим доступу: http://ukr-tur.narod.ru/dovidnyk/slovnykb/b1/biblioteka.htm (Дата звертання: 06.03.2017).

Інна Кіпер
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ТЕХНОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИСТАВОК У ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНОМУ ЗАКЛАДІ

Провідне місце у структурі бібліотечно-інформаційної діяльності займає виставкова робота. Саме книжково-ілюстративна виставка є засобом роз- риття інформаційних ресурсів бібліотек, дієвим засобом впливу на формування читацької уваги, візитною карткою, що відображає стиль закладу і творчі можливості персоналу.

Ключові слова: бібліотека, виставка, технологія, вимоги, сучасна виставка, інформація, вплив.

Ведущее место в структуре библиотечно-информационной деятельности занимает выставочная работа. Именно книжно-иллюстративная выставка является средством раскрытия информационных ресурсов библиотек, действенным средством влияния на формирование читательского внимания, визитной карточкой, отражающий стиль заведения и творческие возможности персонала.

Ключевые слова: библиотека, выставка, технология, требования, современная выставка, информация, влияние.

The leading place in the structure of library and information activity is occupied by exhibition work. It is the book-illustrative exhibition that is a means of disclosing information resources of libraries, an effective means of influencing the formation of readers' attention, a business card reflecting the style of the institution and the creative capabilities of the staff.

Keywords: Library, exhibition, technology, requirements, modern exhibition, information, influence.

Кожна бібліотека прагне до максимального розкриття змісту своїх ресурсів для користувачів. Дієвим засобом впливу на формування читацької уваги є книжкова виставка. Пошук нових підходів до організації виставки документів - найбільш поширена сучасна тенденція в бібліотечній діяльності, пов'язана із проблемами моделювання бібліотечного простору, формування позитивного іміджу бібліотеки. Ці інформаційно-методичні матеріали узагальнюють досвід і провідні напрями у виставковій діяльності бібліотечних закладів. Приділяється увага відповідним дизайнерським рішенням, методиці організації віртуальних виставок тощо. Книжкові виставки розглядаються в контексті стратегії попереджуючих бібліотечних послуг.

Бібліотечне обслуговування в умовах відкритого інформаційного простору передбачає організацію раціонального обміну інформацією, створення умов для ефективного інформаційного спілкування і ознайомлення користувачів з цінностями світової культури [1, 47-52].

В сучасних умовах бібліотечна виставка стає активним помічником і читача, і бібліотекаря в організації читання; їй притаманні такі риси, як актуальність, динамізм, оперативність. Відсутність жорстких рамок в організації виставок сприяє розвитку творчості, збагаченню бібліотечного досвіду.

Сьогодні створюється нова модель публічної бібліотеки, яка передбачає певні зміни в організації бібліотечного простору, оптимізацію доступу користувачів до бібліотечних зібрань. Привабливе оформлення і розміщення виставкового обладнання обумовлює, на думку фахівців, збільшення площі відповідного структурного підрозділу на 10 %.

Нарешті, виставку можна вважати успішною, якщо читач сприйме її як свою, цікаву саме йому. Така виставка стане подією не тільки для користувачів, але й для бібліотекарів, які її створювали [4, 41].

В процесі формування інформаційного обличчя публічної бібліотеки, основна увага привертається до побудови експозицій

бібліотечних виставок, стендів, полиць, вітрин – всіх форм візуального розкриття інформаційних ресурсів, які ще не так давно мали назву «наочних форм пропаганди». В основі цього лежить не тільки чітке уявлення про тему, з відповідним підходом до відбору книг та ілюстративно-речового матеріалу. Враховуються також всі моменти, що впливають на візуальне сприйняття: композиційні особливості, кольорова гама, фактура речового ряду, який демонструється, освітлення [3, 57-59].

На вибір місця для виставки впливають розміри приміщення, його освітленість, а також наповненість бібліотечним обладнанням. В будь-якому ви- падку – чи це має бути виставковий ряд, чи виокремлена виставка певної тематики, необхідно забезпечити до неї вільний доступ, зручні підходи користувачів та можливість проведення біля неї бесіди, огляду літератури, дискусії та інших заходів.

При розміщенні виставки необхідно врахувати кольорову гаму приміщення, наявність великогабаритних квіткових рослин, адже виставка сприймається як єдине ціле, а сильні подразнювачі перешкоджають цьому. Основними елементами виставки є її мова та заголовок.

Важливого значення надається підбору кольорової гами та поєднання кольорів. Бажано використовувати не більше трьох кольорів, інакше виставка стане не яскравою, а строкатою. Існують три основні кольори : червоний , синій, жовтий, і додаткові кольори : зелений , помаранчевий, фіолетовий, які служать для виділення основних кольорів. Використовуючи колірну гаму необхідно враховувати вікові особливості. Підлітки віддають переваги яскравим контрастним поєднанням, літні люди – частіше вибирають гаму пастельних тонів.

Бажання розмістити на виставці якомога більше експонатів – книг, ілюстрацій, цитат, предметів – одна з найбільш розповсюджених помилок. Перевантаження інформацією знижує ефект візуального впливу і іноді призводить до повного не сприйняття [6, 43-46].

Також важливо при оформленні виставки підбирати розміри шрифтів для заголовку та підрозділів. Шрифт краще всього сприймається глядачем, коли той знаходиться на відстані пропорційній його розміру Чим більший шрифт, тим відповідно має бути більше віддалення від нього глядача. Ця відстань залежить не тільки від розміру, але і конфігурації шрифту.

Існує низка вимог до заголовка бібліотечної виставки:

1. Обсяг заголовка не повинен перевищувати п'яти слів. Заголовок привертає увагу читачів до виставки, спонукає звернутися до книг, представлених в експозиції.
2. Заголовок виставки опосередковано відображає цільове і читацьке призначення виставки.
3. Заголовок не може бути багатозначним. У цьому випадку доцільно вводити підзаголовок. Інколи можливе використання рекламних прийомів: інтригуючий заголовок виставки приверне увагу користувача [5, 37-39].

Особливо ефектним для створення привабливої книжкової виставки є використання різноманітних предметів, або їх макетів чи моделей. З метою привернення уваги та реклами часто використовують ай-стопери, які перетворюють книжкові виставки у виставки-інсталяції. Завдання бібліотечних працівників – не просто прикрасити виставку, але й надати певним предметам відповідного значення. Вони особливо приваблюють глядачів та надають виставкам нового ефектного «живого» вигляду. Такі предмети мають бути близькими між собою за змістом та естетичним виглядом, а також гармонізувати з книгами та ілюстраціями, представленими на полицях [7, 36- 38].

На сучасній виставці не повинно бути місця для написів від руки (крім виконаних художником-оформлювачем), традиційних каталожних карток, прикріплених до видання металевими скріпками. В арсеналі бібліотечних працівників сучасні комп’ютерні можливості для виконання написів, засоби кріплення – клейкі стрічки, липок,

плівка «Oracal» та інші матеріали та засоби, що дозволяють підійти до організації виставки як до мистецтва.

З метою досягнення ефективної виставкової роботи доцільно:

- враховувати особливості і перспективи розвитку свого регіону, соціальний склад його мешканців;

- визначити пріоритетні групи користувачів, обслуговування яких вважається першочерговим завданням;

- періодично проводити вивчення та аналіз складу бібліотечного фонду, визначити його тематичну та хронологічну структуру, виявити розділи та видання, що не користуються попитом [2, 23-24].

Отже, у статті були розглянуті основні технології організації виставок у інформаційно-бібліотечному закладі. Виставки завжди були найбільш розповсюдженою формою популяризації літератури. Бібліотечні заклади мають значний досвід виставкової діяльності, проте впровадження інформаційних та телекомунікаційних технологій потребує теоретичного осмислення та практичного використання у виставковій діяльності нових можливостей, в тому числі й мультимедійних.

Література

1. Давидова, Л.Л. Книжкова виставка – основна форма популяризації книги та змістовного розкриття книжкового фонду / Л.Л.Давидова // Шкіл. б- ка. – 2010. – №4. – С.47-52.
2. Дащенко, Т. Нетрадиційні книжкові виставки в юнацькій бібліотеці / Т. Дащенко // Бібл. форум України. – 2013. - №2. – С. 23-24.
3. Епифанова, И. Пространство творчества /И.Епифанова //Библиотека. – 2008. – №8. – С. 57- 59.
4. Киселева Л. В поисках визуальной культуры // Библиотека. – 2007.– №4. – С. 41.
5. Кудря Л. Віртуальна книжкова виставка – нова форма популяризації документів // Бібліотечна планета. – 2009. – №1. – С. 37-39.

6. Сміхова, Л. Книжкова виставка – одна із форм популяризації книги / Л.Сміхова // Шк.б-ка. – 2009. – №3. – С.43-46.
7. Трачук, Л. Віртуальна виставка : нова послуга бібліотеки / Л.Трачук // Вісник книж. Палати. – 2007. – №11. – С.36-38.

Юлія Блінська
Одеський національний політехнічний університет
Одеса,Україна

ХАРАКТЕРИСТИКА БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСІБНИКІВ РІЗНИХ ВИДІВ ТА ЖАНРІВ

Вміння аналізувати бібліографічні посібники, розумітися у їхніх відмінностях та особливостях є дуже важливим як для теоретичного пізнання бібліографії, так і для оволодіння вміннями та навичками практичної бібліографічної діяльності.

Ключові слова: *бібліографічні посібники, каталог,бюлетень, картотека*

Умение анализировать библиографические пособия, разбираться в их отличиях и особенностях является очень важным как для теоретического познания библиографии, так и для овладения умениями и навыками практической библиографической деятельности.

Ключевые слова: *библиографические пособия, каталог, бюллетень, картотека*

Ability to analyze bibliographic benefits, to understand their differences and features is very important both for theoretical knowledge of the bibliography, and for mastering skills of practical bibliographic activities.

Keywords: *bibliographic grants, catalog, bulletin, card file*

Актуальність теми: Велике значення має класифікація бібліографічних посібників за суспільним призначенням, тому що вона відображає значні ознаки для бібліографічних посібників.

Сукупність бібліографічних посібників являє собою документальний результат практичної бібліографічної діяльності, а також її засіб у тій частині, що належить до бібліографічного обслуговування. Одним із наукових методів пізнання бібліографічної продукції є характеристика бібліографічних посібників.

Бібліографічні посібники – це документальна форма існування інформації, що допомагає фіксувати й зберігати бібліографічну інформацію в часі та передавати її у просторі у вигляді документа. Вид бібліографічного посібника – це сукупність бібліографічних посібників, об'єднаних за якоюсь однією ознакою. Бібліографознавці не мають спільної думки щодо змісту понять «жанр» і «вид» БП. Свої варіанти схеми видового поділу цих видань пропонували такі фахівці, як О. Гречихін, О. Коршунов, І. Моргенштерн, Г. Швецова-Водка та ін. Розуміння особливостей різних видів, форм, жанрів БП допоможе не лише добре орієнтуватися у різноманітті бібліографічної продукції при пошуку потрібної інформації, а й готувати до друку якісні бібліографічні видання. Класифікація видів БП може здійснюватися за різними ознаками:

– за зовнішньою формою;
– за внутрішньою формою;
– за суспільним призначенням;
– за особливостями об'єкта обліку (видів документів, що відображені);
– за особливостями методів бібліографування.

За зовнішньою формою розрізняють рукописний (написаний від руки), машинописний (роздрукований на принтері), друкований (посібник, виготовлений за допомогою поліграфічних засобів), *електронний (*машино сприймальний*), ресурс* (локального чи віддаленого доступу). Електронні бібліографічні посібники можуть мати друкований аналог або існувати лише в електронній формі.[1]

За внутрішньою формою (види бібліографічної продукції з різними ознаками внутрішньої форми називаються жанрами БП) серед бібліографічних посібників вирізняють: окреме *бібліографічне повідомлення*, бібліографічний список, *бібліографічний покажчик, бібліографічний огляд, бібліографічна бесіда, бібліографічний бюлетень, бібліографічний журнал, бібліографічний відділ у періодичному виданні, допоміжний покажчик до видання, бібліографічний каталог, бібліографічна картотека*. В останні роки з'явились нові жанри: *бібліографічний дайжест, віртуальна виставка, бібліографічна енциклопедія* та ін. Серед великої різноманітності жанрів основними вважаються бібліографічний список, бібліографічний покажчик, бібліографічний огляд.

За суспільним призначенням *розрізняють* державний бібліографічний посібник, науково-допоміжний, рекомендаційний, видавничий, книготорговельний. Ряд бібліографознавців до цього виду *відносять* професійно-виробничі, бібліотечно-каталожні посібники, посібники екстеріорики. [3]

За особливостями об'єкта обліку *виділяють кілька підвидів*. За видами відображених документів *виокремлюють покажчик текстових документів, покажчик нетекстових документів (нот, картографічних, образотворчих документів тощо), покажчик інших видів документів (аудіальних, аудіовізуальних, машиночитаних документів) та змішаний покажчик*. За тематико-галузевим змістом відображених документів – універсальний, *багатогалузевий, галузевий, тематичний, персональний (біобібліографічний);* за змістово-територіальними зв'язками – *краєзнавчий, країнознавчий*; за часом (хронологією) видання відображених документів – *ретроспективний, поточний, перспективний, кумулятивний;* за територіальною ознакою – *загальнодержавний, міжнародний, посібник місцевого друку*; за мовою – мономовний, полімовний.

За методами бібліографування, зокрема за способом відбору розрізняють – *реєстраційний і вибірковий посібник*; [2]

за способом *бібліографічного групування* – абетковий, хронологічний, топографічний, систематичний, тематичний, предметний, за способом бібліографічної характеристики – анотований, реферативний, оглядовий; інколи виділяють *сигнальний, критико-бібліографічний, технічно-кодований.*

Рукописні та друковані бібліографічні посібники можуть існувати в картковій, аркушевій, книжковій формах. Посібники в книжковій формі бувають неперіодичними (*книги*, *брошури, аркушівки)*, періодичними (бюлетень, журнал, газета) і продовжуваними (нумеровані випуски під однією назвою без певної періодичності). Бібліографічний посібник може існувати як частина небібліографічного видання (внутрішньо-книжковий, внутрішньо-журнальний, внутрішньо-газетний, прикнижковий, пристатейний бібліографічні посібники) та *допоміжні покажчики до видань*. Своєрідним видом бібліографічних посібників є *бібліографічні посилання*. [4]

Видання, що містять відомості про бібліографічні посібники, називають *метабібліографічними посібниками.*

Сукупність бібліографічних посібників утворює бібліографічну продукцію.

Жанрами бібліографічних посібників називають підрозділи класифікації бібліографічних посібників за ознаками їхньої внутрішньої форми.. Ознаки внутрішньої форми теж непросто визначити. Тому поділ бібліографічних посібників на підставі ознак внутрішньої форми багато в чому залишається дискусійним. Ґрунтується він, головним чином, на індуктивному підході, тобто на підставі знання про окремі бібліографічні посібники, про їхні відмінності одне від одного робиться узагальнення цих рис у визначенні того чи іншого жанру.

Отже, пропонується така характеристика жанрів бібліографічних посібників:

Окреме бібліографічне повідомлення — це бібліографічне повідомлення, не пов'язане за задумом та композицією з іншим текстом. Це може бути картка з бібліографічним записом; плакат, що містить відомості про певне видання; рецензія, опублікована як самостійний матеріал у газеті чи журналі тощо.

Бібліографічним списком називають бібліографічний посібник, що складається із сукупності бібліографічних записів, обмежений за обсягом, з простою структурою, без допоміжних покажчиків.

Бібліографічний покажчик — це бібліографічний посібник, що містить значну кількість бібліографічних записів, має складну структуру та науково- довідковий аппарат.

Бібліографічним оглядом ми вважаємо бібліографічний посібник, що містить узагальнену характеристику групи документів, які об'єднуються за певною ознакою, та бібліографічні описи цих документів. Тобто це — посібник, у якому застосовується огляд як спосіб бібліографічної характеристики.Текст огляду подається у вигляді статті, з послідовним висвітленням певних питань, з відсилками до відповідних документів, бібліографічні описи яких подаються окремо, у вигляді приміток. [5]

Бібліографічна бесіда (чи бесіда про книги) — це бібліографічний посібник, який містить зв'язну розповідь про документи, послідовну 117 характеристику кожного з них.

Бібліографічний бюлетень — це періодичний бібліографічний посібник, який регулярно інформує про нові документи.

Бібліографічний журнал — це періодичний бібліографічний посібник, що об'єднує бібліографічні повідомлення різноманітних жанрів.

Бібліографічний відділ у періодичному виданні — це частина видання (журналу або газети), яка регулярно інформує про нові видання.

Допоміжний покажчик до видання — це бібліографічний посібник, який розкриває склад або зміст творів, що вмішує це видання.

Бібліографічний каталог — це бібліографічний посібник, який відображає склад та (або) зміст фондів документів (що зберігаються у бібліотеках, книготорговельних установах та ін.).

Бібліографічна картотека — бібліографічний посібник, який відображає різні види документів, у тому числі журнальні та газетні статті, реалізований переважно у картковій формі і не пов'язаний з певним фондом документів. [6]

Питання про жанри бібліографічних посібників залишається недостатньо дослідженим. У деяких випадках може здаватися, що поділ на жанри не зовсім відповідає правилам класифікування.

Отже, сучасна класифікація бібліографічних посібників є результатом багаторічної науково-дослідної роботи багатьох вчених-бібліографознавців, а також теоретичного осмислення своєї праці з боку практичних діячів — бібліографів. У багатьох класифікаціях бібліографічних посібників використовувалися різні підходи, різні ознаки класифікації, по-різному позначалися окремі види бібліографічних посібників. Позитивний вплив на утвердження єдності у назвах видів бібліографічних посібників здійснила стандартизація бібліографічної термінології у 70—90-ті роки XX ст. Але деякі терміни, що стосуються визначення видів бібліографічних посібників, у стандартах відсутні, тому доводиться користуватися сучасними науковими дослідженнями.

Література

1. Бавін, С.П. Інформація для всіх засобами рекомендаційної бібліографії: книги або інформація про книги / С.П. Бавін / / Рекомендаційна бібліографія та бібліотечна практика: збірник статей. - М.: Пашков будинок, 2007. - (Питання бібліографознавства / РДБ, НДВ бібліографії; вип. 15). - С. 13-40.
2. Діомідова, Г.Н. Бібліографознавство: підручник / Г.М. Діомідова. - СПб.: Професія. - 2002. - 288 с .. - (Серія Бібліотека).
3. Левін, Г.Л. Бібліографічний посібник / Г.Л. Левін / / Бібліотечна енциклопедія. - М.: Пашков будинок, 2007. - С. 109-110

4. Корнєйчик І. І. Історія української бібліографії: Дожовт. період : (нариси) / І. І. Корнєйчик. — Х. : Ред.-вид. від. Кн. палати УРСР, 1971. — 374 с.
5. Швецова-Водка Г. М. Вступ до бібліографознавства : навч. посіб. – К. : Кондор, 2004. – 217 с.
6. Швецова–Водка Г. М. Короткий термінологічний словник із бібліографознавства та соціальної інформатики. – К. : Книжк. Палата України, 1998. – 115 с.

Ірина Ботнар
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ СПОЖИВАЧЕМ

Анотація. *Розкривається сутність інформаційного продукту та розглядаються основні складові його дизайну. Увага акцентується на особливостях зорового сприйняття інформації споживачем.*

Ключові слова: *інформаційний продукт, інформаційний дизайн, зорове сприйняття.*

Аннотация. *Раскрывается суть информационного продукта и рассматриваются основные составляющие его дизайна. Внимание акцентируется на особенностях зрительного восприятия информации потребителем.*

Ключевые слова: *информационный продукт, информационный дизайн, зрительное восприятие.*

Abstract. *Reveals the information of the product and discusses the basic components of its design. The attention focuses on the peculiarities of visual perception of information by the consumer.*

Key words: *information product, information design, visual perception.*

Ерою інформаційних технологій зветься наше сьогодення, яке цікавить, вабить та захоплює кожну людину. Поглинувши, ми не бажаємо виринати з-під інформаційної хвилі, так як це дає можливість займатися самоосвітою та вдосконалюватися, відчуваючи себе гідним представником величезної «ІСТ – родини» *(ICT – Information and Communication Technologies).* Користувач з будь-яким рівнем освіти та інтелекту першочергово звертає увагу на інформаційний продукт, що представлений у зручному наочному вигляді.

Як відомо, зорове сприйняття того чи іншого товару або послуги грає ключову роль у кінцевому рішенні споживача. Така ж справа і зі сприйняттям інформаційного продукту. Наразі експерти не дійшли єдиного визначення терміну «інформаційний продукт» (ІП), загальноприйнятої класифікації також не існує.

Одне з визначень свідчить, що ІП – це інформація з ознакою експертної оцінки, представлена в матеріальному чи нематеріальному вигляді з метою комерційної реалізації та задоволення споживчого попиту. Існує також некомерційний ІП.

Найвідомішою є класифікація за сферою застосування:

1. **Ділова сфера** становить такі види інформаційних продуктів: біржова документація та фінансова інформація, статистичні дані (прогнози і оцінки), комерційна інформація про діяльність компаній (про її фінансовий стан, напрямки роботи, ціни, операції, переговорні і юридичні практики).

2. **Специфічна сфера**, тобто ІП – це контент вузької спеціалізації (архівні матеріали, професійна інформація, науково-технічна документація, доступ до першоджерел).

3. **Споживча сфера.** Включає в себе різні новинні джерела – контент інформагентств і преси, літературу як на фізичних, так і на електронних носіях, довідники, енциклопедії, буклети, журнали, продукти розважальної сфери – ігровий, телевізійний і відеоконтент.

4. **Освітня сфера.** Тут представлені навчальна література, методичні посібники, навчальний комп'ютерний контент, системи тестування та контролю, методики навчання і розвитку.

5. **Інформаційна індустрія.** Надзвичайно важлива і розвивається рекордними темпами галузь інформаційного ринку. Тут представлені програмно-інформаційні продукти – різного роду бази даних (бібліографічні, статистичні, інформаційні, документографічні), електронні довідники, мультимедіа-додатки (для бізнесу, розважальні, розвиваючі), електронні архіви, програмні продукти загального призначення – для обробки графіки, документів, мультимедіа-контенту [3].

Людина обробляє візуальні дані, завдяки чому приймає рішення про необхідність придбання того чи іншого інформаційного продукту або послуги. Психолог Річард Грегорі (Richard Gregory, 1970) вважав, що візуальне сприйняття залежить від спадної обробки. Спадна обробка, або концептуально керований процес, здійснюється тоді, коли ми намагаємося зрозуміти сутність цілого, що складається з дрібних елементів. Ми робимо попередні висновки на основі очікувань, власних переконань, колишніх знань і попереднього досвіду [4].

Існує поняття «інформаційний дизайн», що означає «одну з галузей дизайну, де художнє оформлення поданої інформації проводиться з урахуванням певних психологічних критеріїв її сприйняття, естетики, ергономіки і багатьох інших факторів» [2]. Завдяки вдалому дизайну інформаційний продукт має можливість користуватися шаленим попитом та навпаки. Аби здобути бажаний успіх виробникам інформаційного продукту необхідно дотримуватися всіх правил та вимог подання інформації (структурованість, логічність викладу, лаконічність), психології сприйняття шрифтів та кольорів, використання формалізованих способів подання інформації (схеми, таблиці, рисунки, креслення, іконки, значки). Задля того, аби отримати позитивний результат, тобто, щоб інформаційний продукт користувався попитом, був популярним та конкурентоспроможним,

виробник повинен детально ознайомитися зі споживачем, а точніше з конкретною цільовою аудиторією, на яку розрахований даний продукт. Існують ІП, що розраховані на широке коло споживачів, незалежно від віку, статі, національності та релігійних вірувань. Це, наприклад, соціальна реклама, яка акцентує увагу на актуальних проблемах сучасності та пропонує шляхи їх вирішення. Соціальна реклама орієнтована пробудити найліпші людські якості та спонукає на благодійні кроки. Тому і дизайнерські складові мають відповідати тематиці повідомлення (використані кольори, зображення, музика, голос).

Одним з важливих елементів дизайну є типографіка, яка здатна впливати на настрій читача, його здатність засвоювати прочитаний матеріал та на фізичний стан. Існує так звана «психологія шрифту», яка досліджує, як впливає той чи інший шрифт на користувача. Побачивши шрифт людина може одразу прийняти рішення, чи бажає вона ознайомитися з даним матеріалом. Шрифт на рівні з кольором формують емоції та сприйняття продукту потенційним споживачем. Як відомо, існують два типи шрифтів: з засічками (з короткими штрихами на верхній та нижній частині літер) та без засічок. Розмір, колір літер та відстань між ними також впливають на оцінку ІП адресатом.

Дослідники виокремили типи психологічного впливу шрифтів:

- Візуальна риторика тексту (враження, яке справляє той чи інший друкований матеріал).
- Семантична пам'ять в психології шрифту (створює інформацію про конкретну річ та зберігає про неї пам'ять. Якщо ви вже бачили даний шрифт, то пам'ять може так спрацювати, що ваша реакція на ІП буде такою, як минулого разу) [1].

Наступний елемент дизайну – це колір. Він, як і шрифт, створює певний настрій у споживача, викликає різні реакції та асоціації. Тому колір також слід обирати досить скрупульозно, оскільки невдалий його вибір може відштовхнути потенційного споживача.

Експерти Томас Санокі та Ноа Сульман, провівши дослідження, дійшли наступних висновків:

- Люди краще запам’ятовують ті палітри, в яких кольори гармонійно поєднуються між собою.
- Люди краще запам’ятовують ті палітри, в яких поєднано не більше трьох кольорів.
- Кольорова відмінність між контекстом і фоном може підвищити здатність концентруватися на контексті.
- Людина здатна пам’ятати досить велику кількість поєднань кольорів одночасно [4].

Дизайн є одним з ключових складових будь-якого інформаційного продукту. Незалежно від сфери застосування ІП, зовнішнє його оформлення має бути чітко сплановано, тобто потрібно дослідити цільову аудиторію, її особливості та вдало підібрати всі необхідні компоненти. До компонентів належать: кольори, шрифти,послідовність та способи подання інформації.

Література

1. Малік, А. Психологія сприйняття шрифту та її практичне застосування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.dejurka.ru/articless/font-psychology-influence-the-readers-mind/.

2. Моїсеєнко, Г. Що таке інформаційний дизайн? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.topauthor.ru/chto_takoe_informatsionniy_dizayn_6f26.html.

3. Самелюк, О. Інформаційний продукт – що це таке? Поняття та послуги [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://fb.ru/article/273925/informatsionnyiy-produkt---eto-chto-takoe-ponyatie-i-uslugi.

4. Фангуй, В. Seeing is Believing: 5 Studies about Visual Information Processing (Побачу, не повірю: 5 досліджень про візуальну обробку інформації) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://piktochart.com/blog/5-psychology-studies-that-tell-us-how-people-perceive-visual-information/.

Катерина Лошан
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

РОЗВИТОК ІБТ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

На досвіді вищих навчальних закладів України розглянуті особливості сучасного стану бібліотек. Підкреслюється, що зміст бібліотечно-інформаційної діяльності визначається розвитком новітніх комунікаційних технологій.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, інформаційний простір, бібліографічна інформація, інформатизація суспільства.

На опыте высших учебных заведений Украины рассмотрены особенности современного состояния библиотек. Подчеркивается, что содержание библиотечно-информационной деятельности определяется развитием новейших коммуникационных технологий.

Ключевые слова: информационное обеспечение, информационное пространство, библиографическая информация, информатизация общества.

The experience of higher education in Ukraine the features of the current state of libraries. It is emphasized that the content of library and information activities determined by the development of new communication technologies.

Keywords: information security, information space, bibliographic information, informatization of society.

Актуальність інформаційного забезпечення є важливою ланкою навчального процесу будь-якого вузу.

Цю роль традиційно виконує бібліотека вищого навчального закладу. Наскільки її інформаційний простір відповідає запитам користувачів, настільки успішною стає навчальна та науково-дослідницька робота закладу. Саме від чіткої структури інформаційного простору бібліотеки залежить створення необхідних

для книгозбірні набору інструментів, використання яких дозволить забезпечити кожному студенту та науковцю вузу оперативний доступ до матеріалів та документів бібліотечного фонду, а бібліотекарям реалізувати нові форми роботи з користувачами. Надійність процесу обслуговування в бібліотеці визначається не кількістю послуг, що надаються, а тим, наскільки повно і якісно вони задовольняють інформаційні потреби. Інакше кажучи, приступаючи до роботи, необхідно мати соціально корисний за змістом і формою перелік бібліотечно-бібліографічних послуг.

Підвищення соціальної і інформаційної ролі бібліотек у сучасній освітній діяльності диктує необхідність формування нових методів організації інформаційного простору бібліотеки вузу, який реалізується на базі комп'ютерних технологій[1].

Знайомлячись із процесом автоматизації бібліотек Вищих наукових закладів (ВНЗ), робимо висновок про те, що вже закладено концептуальні основи інформатизації на якісно новому рівні, і в цьому напрямку ведеться активна робота.

Аналіз бібліотечно-бібліографічних процесів, які відбуваються у вузівських бібліотеках, дає змогу відзначити, що під впливом технічного прогресу сутність процесів змінилася, але це позитивно впливає на діяльність бібліотек тільки тоді, коли рівень їх інформатизації достатньо високий.

Нова концепція побудови сучасної бібліотечної системи базується не лише на автоматизації окремої бібліотеки. Її головна мета — створення єдиного всеукраїнського інформаційного простору та інтеграція у світовий бібліотечний інформаційний простір. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

- створення бібліотечно-бібліографічної інформації та публікаційних текстів в електронному вигляді;
- забезпечення доступу через Інтернет до бібліографічної інформації і повнотекстових баз даних (БД);
- забезпечення електронних засобів пошуку і обслуговування запитів на інформаційні ресурси бібліотеки[3].

Нові можливості в задоволенні інформаційних потреб користувачів відкриває перед вільний доступ до Інтернет. Довідково-бібліографічний апарат (ДБА) бібліотеки, набуває величезної інформаційної потужності, об’єднуючи пошукові можливості власних каталогів і картотек з необмеженими можливостями зовнішніх ресурсів. За рахунок представлених в мережі авторитетних БД, бібліотечних каталогів, різноманітних порталів, електронних бібліотек тощо Інтернет поступово перетворюється на одне з пріоритетних джерел для виконання будь-яких запитів, дозволяючи оперативно корегувати пошук і створювати гнучкий пошуковий алгоритм.

З метою вивчення можливостей інформаційно-пошукових систем, виявлення якісних і достовірних ресурсів з освіти, медицини та суміжних наук фахівці бібліотеки проводять моніторинг глобальної мережі. Результатом аналітико-синтетичної обробки інформації є систематизований покажчик адрес різноманітних Web-ресурсів, який перебуває в стані безперервного оновлення і поповнення[5].

Поява електронних джерел дозволяє збільшити об'єм наданої інформації, змінює її якісно, розширює перелік інформаційних послуг і в цілому – можливості інформаційного обслуговування.

На сучасному етапі розвиток медичної освіти та науки безпосередньо залежить від якості бібліотечно-інформаційного обслуговування. Студенту, викладачеві, вченому, лікарю потрібні потужні інформаційні ресурси і оперативний доступ до них.

Разом з тим, росте сфера впливу, збільшується кількість сторонніх користувачів, активізується попит найбільш важливих видань з фонду читального залу, виникає потреба на послуги, пов’язані з використанням комп’ютерних технологій. Електронна інформація набуває все більшого розповсюдження і для окремих категорій користувачів стає більш вагомою. Проте освоєння електронних ресурсів і сервісів вимагає певної інформаційної культури.

Таким чином, інформатизація суспільства, зростання наукового рівня і інформаційних потреб користувачів обумовлюють необхідність трансформації всієї діяльності бібліотеки сучасного ВНЗ[2].

Відбувається переосмислення функцій бібліотеки і перехід від управління масивами документів до управління потоками інформації. Поступово бібліотека перетворюється із сховища друкованих документів в автоматизований бібліотечно-інформаційний центр, що забезпечує доступ до інформації, незалежно від місця її зберігання і стає справжнім навігатором у світі інформаційних продуктів і послуг.

Завдання бібліотеки, як і раніше, полягає у задоволенні інформаційних потреб користувачів, проте сьогодні можна помітити тенденцію використання нових форм взаємодії, підвищення комфортності і посилення персоналізації їх обслуговування. Користувачі прагнуть отримання всього комплексу сучасних інформаційних послуг і бібліотека повинна надавати їх[4].

Новітні тенденції спонукають нас шукати інноваційні шляхи розвитку. Утім, впровадження корисного досвіду мусить проходити з урахуванням реалій, готовності бібліотечних працівників до радикальних перетворень професійного середовища і підвищення професійної компетентності.

Література

1. Баркова О. В. Напрями розвитку технологій формування інформаційних ресурсів електронній бібліотек в Україні // Електронні зображення та візуальні мистецтва: Зб. пр. першої укр. конф. сер. EVA. – К., 2002. – С. -118 -124.
2. Красник У. Корпоративна діяльність бібліотек як складова формування інформаційного суспільства.// Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства : матеріали четвертої міжнародної науково-практичної конференції. – Львів, 2012. – С. 506-512.
3. Костенко Л. Розвиток інформаційних технологій та Інтернет у бібліотеках [Про роботу секції на Міжнар. наук. конф.

«Бібліотечно-інформаційний сервіс»]// Бібл. Вісн. – 2002. - №1 . – С. – 16-18.
4. Лаврик, О. Л. Использование новейших технологий для реализации информационной функции библиотеки/ О. Л. Лаврик, И. Г. Юдина // Библиосфера. – 2010. – № 1. – С. 35-41.
5. Инновации в библиографической деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.calameo.com/books/000497949470daab25641

Ірина Берікул
Одеський національний політехнічний університет
Одеса,Україна

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ОПИС ЯК ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Анотація: У статті розкривається сутність бібліографічного опису, його функції та види. Досліджується термінологія, що використовується для позначення бібліографічної діяльності.
Ключові слова: Бібліографічний опис, бібліографічні відомості, аналітико-синтетична переробка, бібліографічні дані, ідентифікація, орфографія, ідентифікуюча функція, монографічний опис, видання.

Аннотация: В статье раскрывается сущность библиографического описания, его функции и виды. Исследуется терминология, используемая для обозначения библиографической деятельности.

Ключевые слова: Библиографический описание, библиографические сведения, аналитико-синтетическая переработка, библиографические данные, идентификация, орфография, идентифицирующая функция, монографическое описание, издание.

Abstract: The essence of bibliographic description, its functions and forms. We study the terminology used to describe bibliographic activities.

Keywords: bibliographic description, bibliographic information, analytical and synthetic processing, bibliographic data, identification, spelling, identifying feature monographic description, publication.

Бібліографічний опис — це сукупність бібліографічних відомостей про документ, його складову частину чи групу документів, які наведені за певними правилами, необхідні та достатні, і є результатом аналітико-синтетичної переробки інформації. Процес складання бібліографічного опису передбачає виявлення та формування за певною методикою множини бібліографічних даних про окремий документ або його частину, чи групу документів.

Національний стандарт України

Для уніфікації складання бібліографічного опису на міжнародному рівні в Україні, забезпечення можливості обміну результатами каталогізації розроблено національний стандарт ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання», який набув чинності 1 липня 2007 року. Він є базовим для системи стандартів, правил, методичних посібників зі складання бібліографічного опису.

Дані для складання описів беруться безпосередньо з видання. Опис складається з обов'язкових елементів: основний заголовок, автори, повторність видання, рік видання, обсяг. На каталожній картці в лівому верхньому кутку розташовується шифр, що визначає місце книги на полиці. Чисельник дробу позначає відділ класифікації до якого книга відноситься за змістом. Знаменник — авторський знак, умовна позначка першого складу прізвища автора або першого складу назви книги. Центральною складовою бібліографічного опису є бібліографічний запис.

Бібліографічні відомості наводяться в описі в тому вигляді, в якому вони подані у джерелі інформації. У зв'язку з тим, що об'єктами опису в новому стандарті є різні документи, визначення джерел

інформації дано в узагальненому вигляді, оскільки для кожного виду документів існує своя специфіка в цьому питанні.

Кожний бібліографічний опис виконує певні функції, найважливішою з яких є ідентифікація. Її суть в тому, що вона може виявити тотожність деяких документів, відрізняти їх один від одного і при цьому не бачити їх. Бібліографічний опис складається безпосередньо за самим документом, за титульною сторінкою. Він складається на мові оригіналу та за сучасною орфографією.

Завдяки бібліографічному опису можна розшукати документ за тими ознаками, які притаманні лише йому. Тобто перша функція є кроком для наступної, пошукової функції, яка пов'язана з функцією вибору, так як сукупність відомостей, наведених у бібліографічному описі, дає уявлення про документ і тим самим допомагає вибрати той, що найбільше відповідає потребам користувача.

Також до основних функцій належить інформаційна, що інформує про твір, його зміст, призначення. Окремим її випадком є сигнальна функція, так як бібліографічний опис повідомляє про новий документ, про надходження книги до бібліотеки.

Три основні функції бібліографічного опису — ідентифікуюча, інформаціфйна та пошукова — пов'язані між собою та використовуються в різних видах бібліографічного опису. В різних ситуаціях пріоритети їхнього використання змінюються. Наприклад, при обробці нових надходжень до бібліотеки чи інформаційного центру головну роль відіграє ідентифікуюча функція бібліографічного опису, а у видавничих каталогах — інформаційна.

Обліково-реєстраційна функція полягає в тому, що опис дає змогу здійснювати облік і реєстрацію документів як на загальнодержавному рівні, так і на рівні тієї чи іншої установи. Організаційна функція — це формальні ознаки документу, які можуть бути основою для групування записів у конкретному пошуковому масиві.

Залежно від об'єкту, на який необхідно скласти бібліографічний опис, виділять 3 види описів: монографічний, аналітичний, зведений.

Монографічний складають на окремо виданий документ (книгу, карту). Аналітичний складають на частину документу (статтю, главу, розділ). Його укладають під узагальненою назвою, яку приймають за основну. У відомостях, що стосуються назви, зазначають характеристику описаної групи статей чи матеріалів: статті, доповіді, відгуки, дискусії. Зведений складають на багатотомне серіальне або продовжене видання.

В залежності від повноти набору елементів, бібліографічний опис буває: короткий, розширений, повний.

- Короткий — це опис, який складається тільки з обов'язкових елементів (основна назва, порядковий номер видання, місце та рік випуску видання, обсяг). Короткий опис найбільш підходить для бібліографічних посилань, які допомагають читачу знайти об'єкт опису в бібліотеці.
- Розширений — з обов'язкових та деяких факультативних елементів. Він застосовується при книжкових і статейних бібліографічних списках і покажчиках.
- Повний — складається з обов'язкових та усіх факультативних елементів.

Вимоги до бібліографічного опису

При складанні бібліографічного опису необхідно дотримуватися певних вимог:

- Точність — усі бібліографічні відомості мають відповідати даним документа;
- Повнота — повний набір даних, що допомагають встановити відмінність документа від інших подібних;
- Єдність опису — склад відомостей, форма і послідовність мають бути стабільними;
- Стислість, оскільки бібліографічні описи вміщають на невеликій площі;
- Зрозумілість і чіткість.

Зони бібліографічного опису

До складу бібліографічного опису належать такі зони:

1. Зона назви і відомостей про відповідальність;
2. Зона видання;
3. Зона специфічних відомостей;
4. Зона вихідних даних;
5. Зона фізичної характеристики;
6. Зона серії;
7. Зона приміток;
8. Зона стандартного номеру та умов доступності.

В свою чергу зони складаються з елементів, котрі розділяються на факультативні та обов'язкові. Набір факультативних елементів визначають організації, які здійснюють бібліографування. У державних бібліографічних покажчиках подаються найбільш повно факультативні елементи. Можна не подавати їх у списках джерел до наукових робіт. Щодо обов'язкових, то вони зазначаються в усіх, без винятку, описах.

Для кожної зони визначене основне (прописне) джерело інформації. Джерело, що вміщує основні вихідні дані (титульний аркуш, наклейка, титульний екран, етикетка тощо) є основним. Відомості, що запозичені з інших джерел, пишуть у квадратних дужках. Слід враховувати, що елементи розташовані в одній зоні, які подаються в квадратних дужках, пишуть в одній спільній квадратній дужці. Але існує виняток — елемент «загальне позначення матеріалу» (він завжди подається в окремих квадратних дужках). Коли суміжні елементи відносяться до різних зон, у квадратні дужки беруть кожен елемент.

Література

1. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання : (ГОСТ 7.1—2003, IDT) : ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. — Чинний з 2007.07.01. — К. : Держспоживстандарт України, 2007. — 47

с. — (Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи) (Національний стандарт України).
2. Библиографическая запись : основ. стандарты / сост. А. А. Джиго [та ін.] ; Рос. кн. палата. — М. : [б. в.], 2006. — С. 93—127.
3. Составление библиографической записи на книги и брошюры : инструкция / Рос. кн. палата. — М. : [б. в.], 2004. — 150 с.
4. Стандарты по библиотечному делу / сост. Т. В. Захарчук [та ін.]. – СПб. : Профессия, 2001. – 511 с. – (Библиотека). - ISBN 5-86457-186-5.
5. Устіннікова, О. Нові правила бібліографічного опису / О. Устіннікова // Вісник Книжкової палати. – 2007. - № 8. – С. 25-27.
6. Юлдашева, С. Введення в дію нового стандарту з бібліографічного опису ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. Основні відмінності від ГОСТу 7.1.–84 / С. Юлдашева // Вісник Книжкової палати. – 2007. - № 6. – С. 12-13.

Тетяна Лугова, Анастасія Городніченко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

СКЛАДОВІ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ПРОЕКТУ

У статті проаналізовано складові плану управління проектом та ключові процеси управління комунікаціями проекту.

Ключові слова: управління комунікаціями проекту, планування комунікацій, процеси управління комунікаціями, план управління комунікаціями.

В статье проанализированы составляющие плана управления проектом и ключевые процессы управления коммуникациями проекта.

Ключевые слова: управление коммуникациями проекта, планирование коммуникаций, процессы управления коммуникациями, план управления коммуникациями.

The article analyzes the components of the project management plan and key management processes communications project.

Keywords: project management utilities, communications planning, processes, communications management, communications management plan.

Проект не може здійснюватися без будь-яких інформаційних потоків і взаємодії між учасниками, зацікавленими особами проекту, які і будуються у вигляді комунікацій. Передана інформація має зміст, певні форми подання, передається різними носіями за різними адресами і має різні рівні доступу. До вивчення питань проектного менеджменту, а саме управління комунікаціями проекту зверталися вчені: В.М. Бабаєв [1], А.І. Балашов [2], Т.Г. Фасенко [3], В.Н. Фунтов [4] та багато інших. Досліджувались такі аспекти, як: планування управління комунікаціями проекту [1, 3], процеси та етапи управління комунікаціями [2, 4] тощо. Втім залишаються не дослідженими складові плану управління проектом для формування успішної комунікації в реалізації проекту.

Мета статті полягає у визначенні процесів, які є складовими формування успішної комунікації та знайомство зі структурою плану управління комунікаціями проекту.

Інформація поширюється формально чи неформально, поза проектом або всередині його, вертикально або горизонтально. Структура інформації може містити звіти, розклади, графіки, технічну документацію. Форми і методи поширення можуть включати усні та письмові форми, графічні і текстові файли, електронну переписку, телефонні повідомлення і багато іншого [4; 86]. Все це є елементами системи комунікації в проекті. Крім того, управління комунікаціями передбачає планування і проведення зустрічей і нарад, а також створення і управління офісом проекту і інформаційною системою, що забезпечує підтримку управління проектом в цілому. Управління комунікаціями проекту (Project Communication management) – розділ проектного менеджменту, що включає дії, необхідні для забезпечення одержання, збору, поширення, зберігання і кінцевого розміщення проектної інформації [1; 211].

Вчені Т.Г. Фасенко та В.М. Бадаєв у своїх працях підкреслюють, що управління комунікаціями включає в себе процеси, необхідні для своєчасного створення, збору, поширення, зберігання, отримання та, в кінцевому рахунку, використання інформації проекту.

Т.Г. Фасенко виділяє такі процеси управління комунікаціями проекту [3; 75 - 78]:

1) визначення зацікавлених сторін проекту - процес виявлення всіх людей або організацій, на яких буде впливати проект, і документування значущої інформації щодо їх інтересів, залученості та впливу на успіх проекту;
2) планування комунікацій - процес виявлення потреб зацікавлених сторін проекту в інформації та визначення підходу до комунікацій;
3) поширення (розподілення) інформації - процес надання значимої інформації зацікавленим сторонам проекту відповідно до плану;
4) управління очікуваннями зацікавлених сторін проекту - процес спілкування і роботи із зацікавленими сторонами проекту з метою задоволення їх потреб і рішення виникаючих проблем;
5) звіти про виконання - процес збору і поширення інформації про виконання, включаючи звіти про поточний стан, оцінку виконання і прогнози.

В.М. Бабаєв пропонує такі процеси управління комунікаціями проекту [1; 203 - 204]:

6) планування взаємодії – визначення потреб в інформації і взаємодії учасників проекту;
7) розподіл інформації – своєчасного надання необхідної інформації зацікавленим особам проекту на регулярній основі;
8) облік виконання – збору й поширення інформації про використання ресурсів для досягнення поставлених цілей між учасниками проекту;
9) адміністративне завершення – підготовки, збору й розподілу інформації для документально оформленого завершення всього проекту або однієї з його фаз.

Представлені процеси управління комунікації з точки зору інформаційного забезпечення узагальнені нами у таблиці (Таблиця 1).

Таблиця 1

Процеси управління комунікаціями

Процеси управління комунікаціями	**Вхідна інформація**	**Методи і засоби**	**Вихідна інформація**
Планування взаємодії	Потреби у взаємодії; технологія взаємодії; обмеження; допущення	Аналіз інформаційних потреб	План управління взаємодією
Розподіл інформації	Результати роботи; план управління взаємодією; план проекту	Навички взаємодії; система організації інформації; система розподілу інформації	Звіти і архів проекту
Облік виконання	План проекту; результати роботи; додаткова інформація	Методи й засоби розподілу інформації	Звіти про виконання
Адміністративне завершення	Документація з оцінки виконання; документація з продукту проекту; інші записи проекту	Методи і засоби оцінки виконання	Архіви проекту; формальне приймання; засвоєні уроки

У більшості проектів основна частина планування комунікацій виконується на самих ранніх фазах проекту. Однак результати цього процесу планування регулярно переглядаються протягом всього

проекту і, при необхідності, змінюються, щоб вони зберігали свою актуальність.

План управління комунікаціями є складовою частиною плану управління проектом або включається в нього у вигляді допоміжного плану. План управління комунікаціями є частиною загального плану управління проектом або включається в нього як допоміжний план. Шаблон розділів даного плану наведено в табл. 2 [2; 54 - 56].

Таблиця 2

Розділи плану управління комунікаціями [2; 54 - 56]

Розділ плану	**Коментар**
Предмет комунікації	Інформація, призначена для розповсюдження серед учасників проекту
Мета	З якою метою поширюється дана інформація
Частота	Як часто передбачається поширювати дану інформацію
Дати початку (завершення)	Тимчасові рамки поширення даної інформації
Формат (засіб зв'язку)	Представлення інформації і спосіб передачі
Відповідальна особа	Член команди, в обов'язки якого входить поширення даної інформації
Адресат	Особа, підрозділ, якому призначена дана інформація, з виділенням пріоритетів

Таким чином, у процесі планування комунікацій визначаються інформація та взаємодії, необхідні учасникам проекту. Наприклад, яким особам яка інформація потрібна, коли вона їм знадобиться, хто і яким чином повинен їм цю інформацію надати. Хоча потреба в передачі інформації проекту існує у всіх проектах, інформаційні потреби і методи її поширення можуть відрізнятися. Важливим фактором досягнення успіху проекту є виявлення інформаційних потреб учасників проекту та визначення відповідних засобів

задоволення цих потреб. Планування комунікацій часто призводить до створення додаткових результатів поставки, які в свою чергу вимагають додаткового часу і зусиль. Внаслідок цього ієрархічна структура робіт проекту, розклад і бюджет проекту відповідним чином коригуються. У більшості проектів основна частина планування комунікацій виконується на самих ранніх фазах проекту. Однак результати даного процесу планування регулярно переглядаються протягом всього проекту і, при необхідності, змінюються, щоб вони зберігали свою актуальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабаєв В.М. Управління проектами [Текст]: навч. посібник для студентів спеціальності «Управління проектами» / В.М. Бабаєв. - Харків: ХНАМГ, 2006. - 244 с.
2. Балашов А.И. Управление проектами [Текст]: учебник для бакалавров / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ. ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 383 с.
3. Фесенко Т. Г. Управління проектами: теорія та практика виконання проектних дій [Ntrcn]: навч. посібник / Т. Г. Фесенко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 181 с.
4. Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании [Текст] / Н.В. Фунтов. — 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2008. — 336 с: ил. — (Серия «Учебное пособие»).

Буй Ван Тхионг
Одесский национальный политехнический университет,
Одесса, Украина

ПРИМЕНЕНИЕ РЕГУЛЯРНЫХ ВЫРАЖЕНИЙ В ЯЗЫКЕ PHP

Анотація: *В цій статті розглянуто використання регулярних виражень на мові веб-програмування PHP.*

Аннотация*: В данной статье рассмотрены применение регулярных выражений на языке веб-программирования PHP.*

Abstract*: This article discusses the use of regular expressions in the web programming with language PHP.*

Ключові слова: *регулярні вираженя, PHP, пошук, веб-сайт.*
Ключевые слова*: регулярные выражения, PHP, поиск,веб-сайте.*
Keywords*: regular expression, PHP, search, website.*

Регулярные выражения – это замечательный инструмент для работы с текстом. Такой же революционный по сравнению с обычными строковыми функциями, как БД - по сравнению с текстовыми файлами. Это специальный язык для работы с текстом. Причём подчас одна строчка с использованием регулярных выражений может заменить страницу другую обычного кода.

Регулярные выражения используются некоторыми текстовыми редакторами и утилитами для поиска и подстановки текста, они позволяют задавать и гораздо более сложные шаблоны поиска или замены. Результатом работы с регулярным выражением может быть: проверка наличия искомого образца в заданном тексте, определение подстроки текста, которая сопоставляется образцу, определение групп символов, соответствующих отдельным частям образца.

Основа регулярного выражения - шаблон. С его помощью мы описываем формат нужного нам фрагмента текста, а затем либо проверяем, подходит ли текст под шаблон, либо выражаем одно или несколько вхождений шаблона, либо заменяем на какой-либо текст.

Таблица метасимволов:

Метасимвол	**Значение**
\d	Цифра (0-9)
\D	Не цифра (любой символ кроме символов 0-9).
\s	Пустой символ (обычно пробел и символ табуляции).
\S	Непустой символ (все, кроме символов, определяемых метасимволом \s).
\w	Все буквы, все цифры и знак подчеркивания (‘_’).
\W	Все, кроме символов, определяемых метасимволом \w.
\n	Символ перевода строки.
\r	Символ возврата каретки.
\t	Символ табуляции
\xhh	Вставка символа с шестнадцатиричным кодом 0xhh, например \x41 вставит латинскую букву ‘A’.
^	Начало строки.
$	Конец строки.
|	Метасимвол выбора.
*	Ноль или более символов.
+	Одно или более символов.
?	Встречается один раз либо ноль.
{}	Квантификатор, указывает количество повторений метасимволов. {4,6} (От 4 до 6 повторений).
\A	Начало строки.
\Z	Конец строки.
\z	Конец текста.
\b	Граница слова.
\B	Не граница слова.
\G	Предыдущий успешный поиск.

Таблица модификаторов:

Модификатор	**Описание**
i	Шаблон становится регистронезависимым
m	Метасимволы ‘^’ и ‘$’ указывают на начало и конец каждой строки а не всего текста.
s	Метасимвол ‘.’ включает в свое определение перевод строки.
u	Делает все количественные метасимволы «не жадными».

Пришло время перейти к практическому применению полученных знаний. Рассмотрим несколько полезных примеров регулярных выражений на PHP , но сначала скажем пару слов о функциях preg_match() и preg_match_all(), используемых в PHP при работе с регулярными выражениями.

Функцией preg_match() удобно пользоваться, когда нужно найти только одно слово в тексте, удовлетворяющее шаблону, либо просто проверить наличие искомой последовательности. Если ищется набор подстрок из текста, тогда нужно использовать preg_match_all(), она возвращает массив со всеми найденными значениями.

Для веб-программирования мы можем использовать регулярные выражения для проверки достоверности данных, введенных в форму, в сочетании с функцией srt_replace () для оптимизации SEO (Search Engine Optimization) для веб-сайтов, собранную с разных сайтов.

Применение регулярных выражений:

- Проверка e-mail:

```
function CheckMail($email)
{
        $patt = "/^(?:[a-z0-9]+(?:[-_.]?[a-z0-9]+)?@[a-z0-9_.-]+(?:\.?[a-z0-9]+)?\.[a-z]{2,5})$/i";
        if (!preg_match ($patt,trim($email)))
                return false;
```

```
        else        return true;
    }
```

- Проверка доменного имени:

```
preg_match('/^(http|https|ftp)://([A-Z0-9][A-Z0-9_-]*(?:.[A-Z0-9][A-Z0-9_-]*)+):?(d+)?/?/i', $url);
```

- Получение всех картинок из HTML-документа: если вам когда-нибудь требовалось получить все картинки с веб-страницы, этот код должен быть. Вы легко сможете создать загрузчик изображений с помощью возможностей cURL

```
$images = array();
preg_match_all('/(img|src)=("|\')[^"\'>]+/i', $data, $media);
unset($data);
$data = preg_replace('/(img|src)("|\'|="|=\')(.*)/i', "$3", $media[0]);
foreach ($data as $url)
{
   $info = pathinfo($url);
   if (isset($info['extension']))
  {
      if (($info['extension'] == 'jpg') ||
            ($info['extension'] == 'jpeg') ||
            ($info['extension'] == 'gif') ||
            ($info['extension'] == 'png'))
         array_push($images, $url);
   }
}
```

- Поиск XML/HTML тэгов:

```
function get_tag( $tag, $xml ) {
  $tag = preg_quote($tag);
  preg_match_all('{<'.$tag.'[^>]*>(.*?)</'.$tag.'>.'}',
                 $xml,
                 $matches,
                 PREG_PATTERN_ORDER);
```

```
  return $matches[1];
}
```

- Комплексная проверка пароля: Это регулярное выражение будет следить за тем, чтобы в текстовое поле было введено не менее шести символов, цифры, дефисы и подчеркивания. Текстовое поле должно содержать как минимум один символ верхнего регистра, один нижнего регистра и одну цифру:

'A(?=[-_a-zA-Z0-9]*?[A-Z])(?=[-_a-zA-Z0-9]*?[a-z])(?=[-_a-zA-Z0-9]*?[0-9])[-_a-zA-Z0-9]{6,}z';

Заключение

Регулярные выражения очень полезный инструмент для разработчиков. С помощью регулярных выражений можно находить, определять или заменять текст, слова или любые другие символы, эффективно искать фрагменты текста любой сложности, заменять одни вхождения на другие.

Литература

1. Фридл, Дж. Регулярные выражения. — СПб.: «Питер», 2001. — 352 с.
2. Смит, Билл. Методы и алгоритмы вычислений на строках (regexp) = Computing Patterns in Strings. — М.: «Вильямс», 2006. — 496 с.
3. Дмитрий Котеров, Алексей Костарев. PHP. — СПб.: «БХВ-Петербург», 2005. — С. 1120.
4. http://php.net/manual/en/reference.pcre.pattern.modifiers.php

Світлана Мельник, Марія Якубовська
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ИНТЕРНЕТ ЯК СПЕЦИФІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОКУМЕНТА

Статтю присвячено дослідженню мережі Інтернет як специфічного документного середовища. У роботі запропоновано робоче визначення поняття «Інтернет-документ», розглянуто класифікацію Інтернет-документів, схарактеризовано структуру Web-документа, а також накреслено перспективу подальших досліджень документної комунікації у всесвітній павутині.
Ключові слова: *Інтернет, документ, Інтернет-документ, документне середовище, Web-сторінка.*

Інформація та інформаційні технології є основним чинником розвитку сучасного постіндустріального суспільства. В умовах повсюдної інформатизації неабиякої цінності набувають інформаційні ресурси, під якими в широкому сенсі терміна розуміють усю накопичену людством інформацію. Потужні масиви інформації зосереджені в традиційних інформаційних системах суспільства – бібліотеках, архівах, музеях, а також в нових, зокрема глобальній мережі, що виникла унаслідок стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій і вмістила колосальний обсяг інформації.

Як відомо, Інтернет – це сукупність безлічі незалежних комп'ютерних мереж, які охоплюють практично всі країни світу. Застосовані в ній ресурси дають змогу створювати різноманітні електронні інформаційні масиви і використовувати їх без особливих просторових та часових обмежень. Все це робить всесвітню павутину унікальним інформаційним середовищем.

Сучасний підхід до визначення поняття документ дозволяє розглядати мережу Інтернет як особливе документне середовище. Так, у документознавчій науці під поняттям документ розуміють

«інформацію, закріплену певним способом, винайденим людиною, на матеріальному носії у стабільній знаковій формі для її передачі в просторі та часі» [3, 2-3]. Це дає підстави уналежнити Інтернет-ресурси до документованої інформації.

Характеризуючи глобальну мережу як інформаційне та документне середовище, можемо виділити такі її особливості:

– загальнодоступність інформації (швидке і переважно безперешкодне отримання/розміщення інформації будь-якого характеру);

– універсальність і відносна простота Інтернет-технологій (можливість створення і розміщення в мережі різних за рівнем складності ресурсів, які містять текстову, графічну, звукову, відео інформацію);

– безконтрольність та відсутність будь-якої цензури (зумовлена самою «природою» Інтернету; це система, що розвивається самостійно);

– надоперативна комунікативність (утілюється в неабиякій швидкості розміщення актуальної інформації);

– динамізм подання інформації (передбачає постійне оновлення Інтернет-ресурсів, їх міграцію в межах мережі чи зникнення).

Усі перелічені особливості безпосередньо впливають на розміщені в глобальній мережі ресурси.

У процесі дослідження Інтернету як документного середовища особливі труднощі виникають із визначенням та класифікацією Інтернет-документів, оскільки інформаційні ресурси мережі надзвичайно різноманітні. За способом фіксації інформації – це електронні або електронно-цифрові документи, тобто створені людиною засобами електронно-обчислювальної техніки. Однак Інтернет-документ, порівняно з електронним має кілька відмінностей, серед яких ключовою є його мережевий характер. Зважаючи на такі особливості, Інтернет-документ в широкому сенсі пропонуємо визначати як документ, створений людиною за допомогою засобів

електронно-обчислювальної техніки для розміщення та функціонування в глобальній мережі Інтернет.

Наразі не існує загальновизнаної класифікації Інтернет-документів. Дослідники пропонують різні варіанти. Так, Е. В. Боброва поділяє Інтернет-документи на дві великі групи:

1. Документи, створені самою людиною з допомогою певного програмного забезпечення. До цього типу належать, наприклад, Web-сторінки, повідомлення електронної пошти тощо.

2. Документи, що автоматично виникають у процесі функціонування спеціальних програм, написаних людиною. До цього типу можна уналежнити лог-файли (реєстри), у яких зазначено відомості про роботу мережі і окремих комп'ютерів [1, 108-109].

Е. В. Злобін пропонує більш детальну класифікацію. До Інтернет-орієнтованих документів учений зараховує електронні листи і схожі з ними за формою матеріали телеконференцій або груп новин, матеріали прямих он-лайн дискусій, матеріали спілкування з використанням гаджетів, домашні сторінки і сайти [2, 17].

Найбільший інтерес серед Інтернет-документів породжують Web-сайти, оскільки нині вони є найпоширенішим варіантом презентації інформації в глобальній мережі. Web-сайти складаються з Web-сторінок, які пов’язані зі спеціальною адресою і є логічною одиницю мережі. Саме Web-сторінку, на наш погляд, слід розглядати як зразок Web-документа.

Web-сторінки вирізняються різноманіттям змісту і зовнішнього оформлення, мають низку специфічних рис, притаманних їм як документам особливого типу.

Головними особливостями Web-сторінок є гіпертекстова організація інформації, можливість використання засобів гіпермедіа та інтерактивних елементів. Гіпертекстова організація інформації передбачає наявність у документі спеціальних електронних покажчиків – гіперпосилань, які дають змогу користувачам швидко і в довільному порядку переміщуватися всередині документа або від

одного документа до іншого. Засоби гіпермедіа дозволяють «оживляти» документ, пов'язуючи його з графікою, фотографіями, аудіо та відеозаписами. Інтерактивні елементи – це елементи, що реагують на певні дії користувача. До найпоширеніших інтерактивних елементів Web-сторінок належать поля, кнопки, списки тощо. Вони дають змогу користувачеві взаємодіяти з web-документом аж до моменту віднайдення необхідного змісту. Усі перелічені особливості неможливо зберегти при перенесенні на традиційний паперовий носій. Тому Web-документи у всій повноті можуть існувати тільки в електронному вигляді в межах мережевого простору.

Зовнішній вигляд Web-сторінки та гіпертекстові зв'язки задаються з допомогою мови HTML, команди якого зберігаються в файлі html. Якщо Web-сторінка містить лише текстову інформацію, її файлова структура обмежується єдиним html-файлом. Однак найчастіше в оформленні і змісті web-сторінок присутня графічна, аудіо чи відео інформація, що потребує використання взаємопов'язаних файлів різних форматів. Таким чином, одиничний Web-документ не завжди може бути ототожнений з окремим файлом, а складає цілий комплекс різних файлів.

Web-сторінки, як і будь-який документ, мають свою внутрішню структуру. У ній виокремлюємо набір типових елементів, що трапляються в тих чи тих комбінаціях у більшості web-сторінок: заголовок, навігаційна панель, власне зміст, дата створення, дата останнього оновлення, відомості про авторів та авторські права, контактна інформація. Означені елементи можна ототожнити з традиційними реквізитами управлінських документів. До специфічних реквізитів уналежнюємо метадані, що описують Web-сторінку в цілому, – унікальну адресу (URL), формати файлів і їх розмір, тип ресурсу та інші.

Найбільш важливою для користувача частиною Web-сторінки є її зміст або, кажучи мережевою мовою, контент. Як уже згадувалося, він може бути простим або складним і містити різнорідну інформацію.

При цьому тематично близькі Web-сайти матимуть, як правило, подібну інформаційну структуру.

Контент Web-сторінок, на відміну від традиційних документів, є потенційно динамічним. Автор ресурсу може в будь-який момент внести до нього зміни. Застарілий зміст або знищується, або переводиться в архів як зміст іншої Web-сторінки. Найбільш яскраво така властивість проявляється на новинних сайтах, коли зміст однієї і тієї ж Web-сторінки може оновлюватися щодня або й частіше. Подібний динамізм породжує проблему збереження Інтернет-документів.

Таким чином, Web-сторінки є основними документними ресурсами мережі Інтернет. Це унікальні комплексні документи зі складною інформаційною, логічною, файловою структурою. Специфіка Web-сторінок та інших Інтернет-документів зумовлена особливостями глобальної мережі, у якій вони виникають і функціонують. Тож, закономірним буде подальше вивчення мережі Інтернет як особливого середовища функціонування документів.

Література

1. Боброва Е. В. Интернет-документ как объект архивного хранения / Е. В. Боброва // Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер». – М. : МГУ, 2000. – № 26/27. – С. 105–112.

2. Злобин Е. В. О некоторых проблемах классификации и описания электронных документов как исторического источника / Е. В. Злобин // Круг идей: электронные ресурсы исторической информатики: Труды VIII конференции Ассоциации «История и компьютер». – М.; Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 219 с.

3. Кулешов С. Г. Про значення поняття «документ» / С. Г. Кулешов // Бібліотечний вісник. – 1995. - № 1. – С. 1–4.

Ірина Штепуляк
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Бібліографічна діяльність виникла у необхідності доведення до споживачів БІ інформації. Усі її напрями так чи інакше направленні саме на виконання цієї функції, та методи які використовувалися й раніше, а також ті що виникають зараз, направленні на вирішення саме цієї потреби. У цій статті ми розглянемо деякі з них.

Ключові слова: Бібліографія, Библиография, Bibliography. Бібліографічна діяльність, библиографическая деятельность, bibliographic activity. Бібліографічна інформація, библиографическая информация, bibliographic information. Довідка, Справка, certificate.

Бібліографія як специфічна форма діяльності виникла у відповідь на потребу суспільства в інтенсивному використанні знань, сконцентрованих у книгах. Вона забезпечує інформування населення, організації та установи країни про твори друку, що готуються до видання або виходять у найближчий час. Основна її функція - сприяння оперативному використанню творів друку за їх прямим цільовим та читацьким призначенням, привертання уваги читачів до найважливіших видань суспільно-політичної, наукової, художньої та іншої тематики.

«Процеси виробництва та поширення БІ умовно поділяються на бібліографування та бібліографічне обслуговування. Бібліографування — це процес підготовки (створення, виробництва) бібліографічної інформації, а бібліографічне обслуговування — процес доведення БІ до споживачів. Такий поділ дозволяє під час розгляду процесу бібліографування більше уваги звертати на способи відображення документів у БІ, а під час розгляду процесу бібліографічного обслуговування — на особливості бібліографічних (а також

документальних, інформаційних) потреб споживачів, способів їх прояву та засобів задоволення. Тобто поділ практичної бібліографічної діяльності на бібліографування та бібліографічне обслуговування залежить від аспекту розгляду. Але бібліографування, що закінчується створенням БІ, можна вважати таким, що відбулося, тільки в тому разі, коли інформація надана споживачеві, тобто створення БІ передбачає її поширення.»[3; 23]

Практична бібліографічна діяльність, або бібліографічна справа, це — сукупність процесів виробництва та поширення бібліографічної інформації (БІ). У даному визначенні зафіксована безпосередня мета цього виду діяльності: виробництво та поширення БІ. А кінцева мета пов'язана із сутністю БІ: задоволення бібліографічних, документальних, інформаційних потреб споживача інформації.

«Основними напрямами бібліографічної діяльності є:

1) створення бібліографічної (вторинно-документальної) інформації всіх видів і форм,

2) доведення БІ до споживачів,

3) науково-теоретичне осмислення бібліографії як суспільного явища.

Бібліографія, таким чином, є закономірним, органічним сполученням науки і практики.» [4; 15]

Термін «універсальна бібліографія» (від лат.universalis - всеосяжний, загальний) означає створення бібліографічних посібників, в яких представлені твори різного змісту, виявлені за такими формальними ознаками, як вид видання, територія, на якій виходили твори друку, мова публікацій тощо. Інколи універсальні покажчики носять репертуарний характер, тобто відбивають друковану продукцію тієї чи іншої країни за певний історичний період з максимальною повнотою.

Галузевою називається бібліографія, призначенням якої є обслуговування окремих галузей знань і практичної діяльності.

Одним із найпоширеніших видів відповідей на запити користувачів є довідка. Довідка служить одиницею виміру змісту як

довідково-бібліографічного обслуговування, так і інформаційного обслуговування в цілому.

«З точки зору бібліографічної технології, довідка - поняття складне, і включає такі складові як: разовий запит + пошук + відповідь користувачу. Але найчастіше довідкою називають власне відповідь користувачу, що є найбільш правильним, оскільки практика свідчить про доцільність розділення запитів і відповідей у процесі обліку як самостійних його об'єктів.

Види бібліографічних довідок, що найчастіше використовуються: уточнююча, тематична, адресна та фактографічна.

Уточнююча бібліографічна довідка встановлює і (або) уточнює елементи бібліографічного опису, що відсутні або перекручені в запиті.

Тематична бібліографічна довідка містить бібліографічну інформацію з певної теми. Видача довідок здійснюється в усній і письмовій формі. Копії письмових відповідей на тематичні запити зберігаються у фонді (архіві) виконаних довідок.[1; 21]

Адресна бібліографічна довідка встановлює наявність та (або) місцезнаходження запитуваного документа в фонді. Головною умовою її виконання є точний і повний бібліографічний опис документа. Якщо такий відсутній, то спочатку проводиться уточнюючий пошук. При відсутності потрібного документа в даному фонді доводиться звертатися до зведених каталогів, міжбібліотечного абонементу і т. д. У кінцевому підсумку споживач повинен отримати повний і точний опис потрібного документа із зазначенням його знаходження у фондах даної бібліотеки чи бібліотеках країни.

Фактографічна довідка є відповіддю по суті запиту: повідомлення точної дати, цифри, цитати, виклад концепції, визначення терміна і т. п. 21 Відповідно фактографічний пошук передбачає виявлення самих фактів. Для виконання фактографічних довідок використовуються насамперед енциклопедії, словники, довідники.»[1; 21]

Джерелом для підготовки таких довідок є інформаційні ресурси, що створюються агенціями або довідкові видання і БД, які вони

залучають, БД державних організацій, що виконують реєстраційні функції, рекламні матеріали фірм; web-сайти фірм, публікації і виступи взасобах масової інформації або в спеціалізованих виданнях, телефонне опитування.

«До інноваційних форм інформаційного обслуговування слід віднести прес-кліпінги, дайджести, фактографічні БД тощо. Прес-кліпінг або моніторинг преси подає тематичну підборку матеріалів, виявлених із періодичних видань. Базою для здійснення пресс-кліпінга виступають ресурси Інтернет, електронні архіви періодичних видань і спеціальне програмне забезпечення, що дозволяє проводити швидкий пошук за заданими користувачем параметрами.

Близьким за характером аналізу поданої інформації є дайджест. Це документ, що становить добірку витягів із конкретного тексту, відібраних і згрупованих таким чином, щоб дати загальне уявлення чи добірку найцікавіших матеріалів, передрукованих з інших видань.

Також однією з форм інформаційно-бібліографічного обслуговування є фактографічні БД. В установах науки і освіти, проектних організаціях, на промислових підприємствах формують персональні БД. Практикується їх створення в крупних бібліотеках з орієнтацією на провідних діячів культури, вчених, політиків, керівників підприємств тощо. Орієнтація в потоці довідкових видань, вміння використовувати фактографічні БД та інші інформаційні ресурси, що містять фактографічні відомості, – обов’язкова вимога до фахівців інформаційної галузі. Одночасно вони мають самостійно формувати фактографічні бази даних і створювати власну фактографічну продукцію.» .[2; 180]

Література:

1. Библиотека. – 2010. – № 8. – С. 18-22.
2. Бібліотечні каталоги як інформаційно-пошуковісистеми : навч. посіб. / авт.- уклад. В. В. Сєдих [та ін.] ; наук.ред. Н. М. Кушнаренко ; Харк. держ. академіякультури. – Харків : ХДАК, 2003. – 193 с.

3. Бібліотечний форум України. – 2011. – № 3. – С. 22-24.
4. Швецова-Водка Г. М. Вступ до бібліографознавства : навч. посіб. для
5. студентівнапряму 6.020102 “Книгознавство, бібліотекознавство і бібліогр.” / Г. М. Швецова-Водка ; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. — 3-тє вид., випр. та допов. — Рівне, 2011. — 231 с.

Ганна Зірчак, Катерина Берназ
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

У статті розглянуто актуальні питання інформаційного забезпечення малого бізнесу. Пропонується створення комплексної інформаційної системи малого бізнеса, шляхи та принципи її формування.

Ключові слова: *інформаційні продукти і послуги; інформаційна інфраструктура підтримки розвитку малого бізнесу; комплексна інформаційна система малого бізнесу; інформаційна послуга комплексної інформаційної системи.*

В статье рассмотрены актуальные вопросы информационного обеспечения малого бизнеса. Предлагается создание комплексной информационной системы малого бизнеса, пути и принципы её формирования.

Ключевые слова: *информационные продукты и услуги; информационная инфраструктура поддержки развития малого бизнеса; комплексная информационная система малого бизнеса; информационная услуга комплексной информационной системы.*

In the article topical issues of information support of small business are considered. The creation of an integrated information system for small businesses, the ways and principles of its formation are proposed.

Keywords: *information products and services; information infrastructure supporting small business development; complex information system of small business; information service of an integrated information system.*

Проблеми формування позитивного конкурентоспроможного середовища та пошук найбільш економних способів просування своєї продукції на ринку товарів і послуг є дуже актуальним для малих підприємств в умовах інформаційного суспільства, яке швидко розвивається. Інформаційне суспільство загалом відкриває нові можливості для бізнесу в цілому, тобто, використання інформаційних технологій і ресурсів служить фундаментом його розвитку й підвищення ефективності реалізації відповідної мети.

Існуючі в країні ринкові відносини різко загострюють проблеми інформаційного забезпечення стратегічної і оперативної діяльності суб'єктів малого бізнесу, пов'язаної з пошуком привабливих ринкових ніш, впровадженням сучасних технологій і обладнання, вивченням і прогнозуванням попиту і т.д. У той же час, специфічні особливості підприємств малого бізнесу не дозволяють індивідуально вирішувати проблеми інформаційного забезпечення власної діяльності. Причини такого стану речей полягають у високих цінах на інформаційні продукти і послуги, відсутності розвиненої і ефективної інформаційної інфраструктури та недостатньою державною підтримкою рівня інформаційного забезпечення підприємств малого бізнесу.

Методологічні проблеми інформатизації суспільства, розвитку інформаційної інфраструктури висвітлені в роботах Д. Бела, А.О. Блінова, Г.Р. Громова, І.І. Єгорова, А.П. Єршова, А.М. Кармінського, С.А. Кармінського, М.Г. Лапусти, А.А. Степанова, В.С. Немчинова, В.П. Нестерова, В.А. Шахового, А.В. Шеста.

Незважаючи на значну кількість робіт, присвячених проблемам підвищення рівня інформаційного забезпечення суб'єктів ринку, маловивченими і невирішеними на практиці залишаються питання розробки організаційно-економічного механізму формування та

функціонування інформаційної інфраструктури підтримки розвитку малого бізнесу та методологічні питання функціонування сховища даних в інформаційній системі малого бізнесу, питання дослідження систем параметрів інформаційного забезпечення процесів структурних перетворень управління малим бізнесом [1].

Сьогодні малий бізнес зацікавлений у створенні інтегрованих рішень, здатних підтримувати всі завдання корпоративного управління.

Розвиток інформаційного забезпечення є не тільки одним з основних пріоритетів державної політики у сфері підтримки вітчизняного підприємництва, а й залишається предметом постійних турбот самих підприємців.

Тривожним фактором для підприємців стає відсутність кардинальних позитивних зрушень в інформаційній сфері для малого бізнесу.

На тлі загального розвитку IT в світі відбувається відставання вітчизняних підприємців від західних колег. Основними заходами, які могли б виправити таке становище і підвищити ефективність інформаційного забезпечення малого бізнесу без необхідності отримання нових знань і фінансових витрат, могли б стати:

- доступ до державних інформаційних ресурсів;
- розвиток регіональних і місцевих систем інформаційного забезпечення малого бізнесу;
- організація взаємодії вже діючих систем інформаційного забезпечення, спілок підприємців і структур підтримки малого бізнесу.

У межах малого бізнесу необхідна підготовка комплексної інформації про бізнес-проекти підприємств, інформація про економічну ситуацію в малому бізнесі: попит на продукцію, оптові та роздрібні ціни на неї і т.д., і т.п. Особливість роботи з подібною інформацією визначається тим, що вона велика за обсягом і частина її має невеликий період життя [2].

Реальний шлях виходу з інформаційної невизначеності в малому бізнесі – створення на основі сучасних технологій інформаційної

структури, яка організує збір, обробку, зберігання і надання користувачам економічної та іншої інформації – *комплексної інформаційної системи малого бізнесу.*

Підґрунтям функціонування даної системи є процес виробництва інформації. Інформаційна система переробляє отриману інформацію. У результаті утворюється нова інформація, яка надається користувачам у вигляді інформаційних послуг. Інформаційна послуга комплексної інформаційної системи – це специфічна послуга, коли деякий інформаційний зміст у вигляді сукупності даних сформовано в певній формі та надається за запитами користувачеві.

Сформуємо перелік інформаційних послуг, які система повинна надавати як центр комплексного інформаційного обслуговування:

1) інформаційний аналіз;

2) інформаційний моніторинг;

3) інформаційний супровід;

4) інформаційний прогноз;

5) інформаційний консалтинг.

Зміст інформаційних послуг визначається напрямом діяльності комплексної інформаційної системи:

1. Формування первинної та вторинної інформації.

2. Забезпечення користувачів первинною інформацією за запитами.

3. Підготовка та поширення вторинної економічної інформації за запитами користувачів.

4. Інформування про джерела інформації.

5. Як перспективний напрям діяльності – доступ до закордонних інформаційних видань і баз даних.

Цінова політика на послуги ставить перед собою наступні завдання:

• орієнтація на конкретного користувача або групу користувачів (основні користувачі – система управління малим бізнесом, комерційні підприємства, інвестори);

• інформаційна діяльність на неприбутковій основі. Відповідно з такою стратегією ціни встановлюються: диференційованими за категоріями користувачів; гнучкими в рамках конкретної категорії користувачів;

• на основі договірних відносин з користувачами [3].

В умовах обмеженого застосування централізованих методів управління в кризовій соціально-економічної ситуації в малому бізнесі необхідна реструктуризація системи управління і інформаційного забезпечення малого бізнесу. Це пов'язано з тим, що існуюча в даний час «жорстка» структура управління не відповідає умовам мінливості зовнішнього середовища і потребує докорінних змін і доповнень.

Метою діяльності системи інформаційного забезпечення малого бізнесу повинен стати економічне зростання, як найкращий засіб боротьби з інфляцією і нестабільністю. Система інформаційного забезпечення, спільно з системою управління повинні задовольняти вимогам попереджувального характеру, при цьому об'єкт і суб'єкт управління зорієнтовані на «зовнішнє оточення» і можуть «передбачити» виникають зміни.

З огляду на високу значимість підприємств малого бізнесу в створенні ефективної ринкової економіки і відносно низький рівень розвитку даного сектора в Україні, виникає необхідність переорієнтувати систему державної підтримки розвитку малого бізнесу на науково-обґрунтовану систему їх інформаційного забезпечення, що дозволить знизити ступінь невизначеності ведення підприємницької діяльності та підвищити її ефективність.

Основою побудови ефективної системи інформаційного забезпечення суб'єктів малого бізнесу є визначення інформаційних потреб. Ідентифікацію інформаційних потреб підприємств малого бізнесу доцільно здійснювати на основі виявлення об'єктивних закономірностей ведення підприємницької діяльності та характер її розвитку [1].

Базою для формування оптимального варіанта розвитку малого підприємництва та реформування системи управління є аналіз

інвестиційного комплексу малого бізнесу і перерозподіл інвестиційних потоків в малому бізнесі, так як економічне зростання пов'язане зі збільшенням інвестицій в малий бізнес. В якості базового інструменту перерозподілу інвестиційних потоків запропоновано залучення інвесторів в малий бізнес шляхом створення комплексної системи інформаційного забезпечення в системі управління розвитком малого бізнесу. Вона повинна здійснювати збір, обробку, зберігання і надання інформації користувачам для здійснення ефективних капіталовкладень в бізнес-проекти малого бізнесу.

Результатом створення такої системи є: інформаційна підтримка системи управління розвитком малого бізнесу, інформаційна підтримка бізнес-проектів, можливість інформування інвесторів про інвестиційний потенціал підприємств малого бізнесу, можливість інформування підприємств про особливості вимог інвесторів.

Систематизація й встановлення цілей та завдань підприємницької діяльності з системою інформаційних потреб дозволяють визначити роль і місце системи інформаційного забезпечення в системі управління розвитком малого бізнесу та виробити основні напрямки діяльності комплексної інформаційної системи малого бізнесу; розробити законотворчий процес її регулювання і формування; визначити перелік засновників; виявити джерела надходження інформації; форми її отримання та надання; сформулювати вимоги до точності інформації; визначити ресурси організації; запропонувати і розглянути системний аналіз інформаційного забезпечення; сформульовати механізм вибору бізнес-проектів [3].

Викладені підходи підвищення рівня інформаційного забезпечення підприємств малого бізнесу, дозволяють активізувати підприємницьку діяльність, скоротити терміни адаптаційного періоду підприємців, підвищити ефективність функціонування діючих малих підприємств. Одночасно забезпечується досягнення ряду соціально-економічних ефектів, що виражаються в зниженні рівня безробіття,

збереженні робочих місць, розвитку значущих напрямків підприємницької діяльності, додаткових податкових надходженнях.

Література

1. Деткин, А.Н., Воловиков С.А. Информационная поддержка малого бизнеса путь роста экономического потенциала России. Сборник материалов работы секции «Экономический потенциал России и глобализация» на III на третьем международном конгрессе. — М.: «ИТК Дашков и К», 2003.

2. Подуфалова, Ю. Інформаційне забезпечення комплектування документно-інформаційними ресурсами бібліотеки ВНЗ / Ю. Подуфалова, І. Рябець // Вісник Книжкової палати, 2016. — № 2. — С. 26-28.

3. Труніна, І.М. Актуальні проблеми розвитку малого підприємництва в Україні / І.М. Труніна // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр. — Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2012. — № 2 (42). — С. 41-59.

Юлія Сизова
Одеський національний політехнічний університет
Одеса,Україна

ПРОБЛЕМИ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Для підвищення ефективності та ступеня впорядкованості інформаційно-бібліографічна діяльність підлягає стандартизації, тобто здійснюється у відповідності з нормативними документами у даній сфері.

Ключові слова: *автоматизація, бібліографія, бібліотечна справа, ДСТУ, інтеграція, стандартизація, технологія, уніфікація.*

Для повышения эффективности и степени упорядоченности информационно-библиографическая деятельность подлежит

стандартизации, то есть осуществляется в соответствии с нормативными документами в данной сфере.

Ключевые слова: *автоматизация, библиография, библиотечное дело, ГОСТ, интеграция, стандартизация, разработка, унификация.*

In order to increase an efficiency and extent of orderliness, the informational bibliographic activity needs to be standardized, in a word the full compliance to the normative documents is produced in this province.

Key words: *automation, bibliography, library science, GOST, integration, standardization, development, unification.*

Актуальність дослідження полягає в тому, що саме знання стандартизації є необхідним для ефективної роботи бібліографа і власне визначити, що саме заважає спеціалісту доцільно виконувати свою роботу. Стандартизація в бібліотечній справі – діяльність, що полягає у встановленні і застосуванні єдиних норм, правил, положень і вимог до різних об’єктів бібліотечної справи з метою забезпечення взаємозамінності, технічної та інформаційної сумісності послуг бібліотек, уніфікації термінології, одиниць та форм обліку і звітності, єдиних вимірів ресурсів, продукції і послуг бібліотек, бібліотечного обслуговування.

Відповідно до Закону України «Про стандартизацію» (травень 2001р.) **стандартизація** визначається як діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування в певній сфері. Одними із основних принципів стандартизації бібліографічних технологій є врахування сучасних досягнень науки і техніки, дотримання міжнародних та європейських правил і процедур стандартизації, відповідність українських стандартів у даній сфері міжнародним стандартам [1]. У сфері інформаційної діяльності уніфікація бібліографічного запису у відповідності до міжнародних рекомендацій та національних стандартів забезпечує сумісність бібліографічних даних як на вітчизняному, так і на міжнародному рівні, полегшує процеси

розуміння та обміну інформацією і є необхідною умовою інтеграції до світового інформаційного товариства. Для уніфікації складання бібліографічного опису на міжнародному рівні, забезпечення можливості обміну результатами каталогізації розроблено новий національний стандарт ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 "Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання", який набув чинності 1 липня 2007 року. Він є базовим для системи стандартів, правил, методичних посібників, списку джерел, які наводять в дисертації і списку опублікованих робіт, які наводять в авторефераті [2].

Нововведення здійснились для того, щоб максимально точно слідувати базовому принципу Міжнародного стандартного бібліографічного опису (ISBD) – подавати інформацію в бібліографічному описі в тому вигляді, в якому вона представлена в об’єкті опису[5].

В Україні прийнято новий стандарт ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання», який установлює види бібпосилань, правила та особливості їхнього складання і розміщування у документах. Стандарт розроблено фахівцями Книжкової палати України імені Івана Федорова і його дія поширюється на бібліографічні посилання в опублікованих і неопублікованих документах незалежно від носія інформації. Дата набуття чинності стандарту перенесена на 01.07.2016 згідно з наказом ДП УкрНДНЦ від 04.03.2016 № 65[4].

З розвитком інформаційних технологій та зростанням інформаційних потреб суспільства постала необхідність автоматизації бібліографічних технологій. Але на шляху задоволення цієї потреби стала низка **проблем**. Основними з них є:

- відсутність в Україні єдиної програми автоматизації бібліотек;
- фонди бібліотек характеризуються обмеженими ресурсними можливостями в зв’язку з дефіцитом державного фінансування;

- низький рівень знань бібліотечних працівників в галузі новітніх інформаційних технологій.

На сьогоднішній день важливим завданням для вітчизняних бібліотек є формування автоматизованих баз даних(БД). Серед них провідну роль відіграє електронний каталог, що цілком замінив існуючу традиційну систему каталогів і картотек. Впровадження електронних каталогів необхідне вітчизняним бібліотекам для того, щоб зробити свої фонди широкодоступними, наблизити їх до користувача, навчити його орієнтуватися в них, виокремити з величезного потоку інформації тільки саме необхідне. Існують локальні та Інтернет - каталоги, які ще називають онлайновими. Перші призначені для читачів, які прийшли в бібліотеку, де в залах каталогів або читальному можуть скористатися допомогою чергового консультанта. В Інтернет - каталогах консультанта немає, і ніхто не навчить користувача тонкощам роботи з цим ресурсом. Тобто, Інтернет – каталоги створюються для широкого кола користувачів, а це ставить перед користувацьким інтерфейсом жорсткі вимоги щодо його «прозорості». Наявність розгорнутого «Helpa», де пояснюються принципи роботи даного каталогу, є вкрай необхідним. Віртуальному користувачеві, для якого створюються Інтернет - каталоги, байдуже, у яке поле і якого формату бібліограф ввів ті чи інші відомості про видання, за яким протоколом працює цей каталог. Йому потрібно мати можливість легко сформулювати свій запит за певними правилами і отримати чітку, у зрозумілій, зручній формі, відповідь: які документи, що відповідають цьому запиту, має бібліотека. Повнота видачі інформації, точність пошуку і рівень комфортності роботи є головними критеріями ресурсу, стандартними показниками якості будь-якої пошукової системи[3].

Отже, виходячи з вищесказаного можна зробити такі висновки, що стандартизація бібліографічних технологій України має свою специфіку та проблематику, знання якої є необхідним для ефективної роботи бібліографа і розвиток бібліотечної справи та бібліографії

сьогодні багато в чому залежить від умілого використання сучасних інформаційних технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. ДСТУ ГОСТ 7.1 – 2006. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги і правила складання. [Текст] // Стандарти з інформації, бібліотечної та видавничої справи / укл. Л.Є. Корнілова, Д.Л. Супрун. – Київ, 2006. – 63 с.
2. Про стандартизацію [Текст] : закон України від 21 травня 2001р.
   №3164 // Відом. Верхов. Ради України. – 2001.– №31.– ст. 145.
3. Королько, С. Планування національної стандартизації бібліографічних технологій в Україні [Текст] / С. Королько. – К., 2006. – 224с.
4. Методичний сайт вчителів історії та правознавства [Електронний ресурс.] Режим доступу: http://yuriy-trubin.ck.sch.in.ua/news/id/101/vn/ (Дата звертання: 04.03.2017).
5. Правила бібліографічного опису літератури [Електронний ресурс.] Режим доступу: http://medlib.bsmu.edu.ua/na-dopomogu-molodomu-naukovcu/pravila-bibliograficnogo-opisu (Дата звертання: 02.03.2017).

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ТЕХНІКО-ОРІЄНТОВАНОМУ СВІТІ

Юлія Коляденко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ВТОРИННИЙ ДОКУМЕНТ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ПЕРЕРОБКИ ПЕРВИННОГО ДОКУМЕНТА

Розглянуто вторинний документ як приклад інформаційного продукту, окреслено його характерні ознаки.

***Ключові слова**: інформаційний продукт, первинний документ, вторинний документ.*

Рассмотрен вторичный документ как пример информационного продукта, определены его характерные признаки.

***Ключевые слова**: информационный продукт, первичный документ, вторичный документ.*

Considered a secondary document as an example of the information of the product, determined by its features.

***Keywords:** information product, primary document, secondary document.*

Інформаційні документи є основними видами інформаційної продукції. Це один із найпоширеніших засобів подолання труднощів на шляху доведення інформації до споживача в умовах інформатизації суспільства. Інформаційні документи зараховують до групи вторинних документі.

Вторинний документ — це документ систематизованих або узагальнених відомостей про опубліковані чи неопубліковані дані з першоджерел, виготовлений о рганізаціями, які здійснюють науково-інформаційну діяльність [1].

Використання вторинних документів дає змогу встановлювати походження і місце перебування первинного документа, авторство і час

виникнення як самого документа, так і включених до нього відомостей і фактів. Широка доступність, компактність, зручність у користуванні, стислість і, разом з тим, змістовність викладу, багатоаспектний характер роблять воринний документ незамінним засобом задоволення різноманітних інформаційних потреб користувачів.

Вторинні документи як один із видів документованої інформації підлягає загальній класифікації документів, заведеній у документознавстві: за характером знакових засобів; за мірністю запису інформації; за призначенням для сприйняття; за каналом сприйняття людиною; за рівнем поширення; за способом документування; за рівнем узагальнення інформації; за матеріалом носія інформації; за матеріальною конструкцією носія інформації; за регулярністю виходу в світ; за часом виходу в світ; за походженням.

Вихідним для створення документа є конкретний інформаційний запит споживача (споживачів), який відображає його потребу у вторинній інформації. Для того щоб мати повне уявлення про інформаційну потребу, створюють особливий пошуковий образ запиту (ПОЗ), який поєднує: чітке словесне (вербальне) формулювання змісту інформаційної потреби, її межі (тобто діапазон тематичних характеристик, формальних аспектів), глибину запиту (історія та (або) сучасний стан розвитку теми, проблеми, науковий і (або) науково-популярний рівень її викладу в первинних документах тощо) [3, с. 145].

Всебічне вивчення змістових і формальних характеристик первинних документів "de vizu" дає можливість виявити ті з них, які відповідають набору пошукових ознак інформаційної потреби [3]. До таких основних ознак належать: інформативність документа, новизна, повнота й обсяг релевантної інформації, актуальність. Інформативність документа — це кількість і якість інформації, цікавої для споживача. Основним показником інформативності є новизна інформації.

Отже, вторинний документ — це документ систематизованих або узагальнених відомостей про опубліковані чи не опубліковані дані з першоджерел, виготовлений організаціями, які здійснюють науково-інформаційну діяльність. Їх поділяють на бібліографічні, реферативні,

оглядові й аналітичні.

Завдання вторинних документів — допомогти споживачеві в пошуку необхідної первинної інформації; сконцентрувати його увагу на найважливіших джерелах, підготувати основу для виходу з проблемної ситуації шляхом надання її інформаційної моделі. Цільове призначення вторинного документа визначається метою, яку ставить перед собою споживач.

Кожний вторинний документ має свій конкретний набір специфічних ознак, що створюють пошуковий образ документа: певний семантичний зміст, виражений у назві в тексті, цільове призначення й адресність, характер інформації.

Література

1. Слиньков, В. Н. Делопроизводство и менеджмент [Текст] : учеб. пособие. / В. Н. Слиньков. – К. : Алерта, 2012. – 243 с.

2. Корнієнко В. Проблеми створення системи вторинних інформаційних / В. Корнієнко // Наук. праці НБУВ ім. В.І. Вернадського. Вип. 5. - К.: НБУВ, 2000. - С. 142–151.

3. Соколова І. Роль вторинного інформаційного продукту в підвищенні ефективності використання інформації / І. Соколова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського. Вип.18. – К.: НБУВ, 2007. - - 145-148с.

Вікторія Птиця, Наталія Масі
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ЕЛЕКТРОННІ ПЕТИЦІЇ ДО ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ЯК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕМОКРАТИЧНОГО ЛАДУ В КРАЇНІ

Розглянуто електронні петиції до Президента України як важлива форма взаємодії суспільства та влади. Проаналізовано електронні звернення громадян за період січень-квітень 2016 року.

Ключові слова: електронна петиція, офіційний сайт Президента України, взаємодія влади і суспільства.

Українська держава останнім часом постійно перебуває в стані змін та нескінченному процесі трансформації та реформування, внаслідок чого громадянам довелося пережити цілий ряд найгостріших соціально-політичних ситуацій, породжених помилками та прорахунками в процесі прийняття та реалізації політичних рішень. Очевидно, що ці прорахунки були в чималій мірі обумовлені слабкістю інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади та вищих посадових осіб.

Для того, щоб сформувати ефективно діючу систему в українській державній владі необхідно сприймати інформацію не як відповідне фонове середовище, що забезпечує їх діяльність, а як суму знань про суспільні явища, властивості та закономірності перебігу процесів, які можна використовувати у практичній діяльності у вигляді механізму реалізації політичного курсу. Тільки в цьому випадку український політикум набуває ознак інтелектуального провайдера в суспільстві, а управлінська еліта стає ефективним державним менеджером.

Відсутність же стратегічних планів та прогнозів розвитку на загальнодержавному рівні, дієвого моделювання політичного процесу в країні призводить до перманентного кризового стану в державі, що ставить під загрозу ефективність роботи політичних та суспільних

інституцій. Як наслідок, політична криза переростає в кризу влади, інститут влади стає не функціональним, неефективним, рішення, що приймають основні гілки влади взаємозаперечують одне одному та конфліктують між собою, що само по собі дискредитує всю державну владу.

Проведено дослідження, у ході якого проаналізовано **3 094** петиції, розміщених на офіційному сайті Президента України. У період проведення дослідження з січня по квітень 2016 року було подано близько п'ятдесяти петицій до голови держави за **65** робочих днів.

Кількісно-якісний аналіз електронних петицій до Президента України у період з січня по квітень 2016 року охарактеризуємо по визначеній нами класифікації:

- зовнішня та внутрішня політика України –1104;
- військові дії та зброя – 808;
- бізнес – 502;
- економіка країни – 421;
- культура – 103;
- освіта – 59;
- медицина, здоров'я – 36;
- судові реформи – 28;
- соціальні зрушення – 12;
- інше – 21.

Проведений аналіз показників електронних звернень показав, що найактуальнішими запитаннями є політичні реформи. Трохи менше петицій стосується військового стану країни та озброєння солдатів. Актуальними також є питання про економіку країни, малий та середній бізнес, зокрема, заклик Президента до створення сталих правил між державою і бізнесом.

З моменту роботи розділу електронних петицій на офіційному сайті Президента України, 38 звернень були особисто розглянуті уповноваженими особами влади. За визначений дослідженням час, дві

електронні петиції набрали необхідну кількість голосів та отримали відповідь голови держави.

Так, електронна петиція від 18.01.2016 О.Є. Папіра має заголовок «За розгляд законності надання Новинському В.В. громадянства України» (*прим.* тут і далі орфографія та пунктуація авторів збережена). Звернення стосується російського підприємця та громадського діяча, що нещодавно отримав український паспорт.

Електронна петиція у встановлений законодавством період часу (90 днів) набрала 25 108 голосів і була направлена до розгляду Президентові країни.

Голова держави прийняв до уваги звернення та прийняв рішення звернутися до Державної міграційної служби України щодо необхідності перевірки викладених у петиції відомостей та подальшого реагування у разі необхідності. Наразі немає інформації про виконання/невиконання звернення.

Наступна петиція, на яку дав відповідь Президент України від 12.02.2016 № 22/020993-еп має заголовок «Запровадити в суверенній Україні в Харківській області режим найбільшого сприяння інвестиціям та розвитку регіону шляхом прийняття відповідного закону». Автор звернення О.Б. Перепелиця вносить пропозицію про зміни до Конституції України закону «Про особливий регіон розвитку», який визначає правові та організаційні засади правового статусу особливого регіону розвитку «Слобожанщина» на території Харківської області України, регулює відношення, що виникають у зв’язку зі створенням, функціонуванням і припиненням функціонування особливого регіону розвитку «Слобожанщина», а також визначає особливості функціонування центральних і місцевих органів влади й органів місцевого самоврядування у Харківській області як особливому регіону розвитку.

Відповідь голови держави почалася з подяки усім, хто відгукнувся на дану петицію. Однак, зауважив, що прийняття змін до Конституції має проводитися в контексті реформ, що відбуваються в Україні, з урахуванням положень Стратегії сталого розвитку «Україна-

2020» та відповідати принципам повсюдності і фінансової самодостатності місцевого самоврядування. Необхідно створювати рівні умови для економічного розвитку регіонів, забезпечувати спроможність місцевого самоврядування та будувати ефективну систему територіальної організації влади в Україні.

Президент України призначив Прем'єр-міністру України В.Б. Гройсману та голові Харківської обласної державної адміністрації І.Л. Райніну ґрунтовно і всебічно опрацювати петицію з урахуванням стратегічних орієнтирів розвитку держави, започаткованої реформи бюджетної децентралізації і міжнародних зобов'язань України.

Як відомо з аналізу останніх даних, конкретних змін стосовно цього звернення у нормативно-законодавчій документації внесено не було.

Варто зауважити, що прийняти рішення про здійснення електронної петиції та вносити правки до законодавчої бази Президент України самостійно не може. Голова держави має право спрямувати свою конституційну ініціативу до Парламенту, де її будуть розглядати у відповідний строк. Тому, відповіді Президента на електронні петиції є повністю виправданою.

Сьогодні, оминаючи політичні та військові теми, актуальними зверненнями є реформування культурного осередку та освіти.

Як зазначалося раніше, електронних петицій щодо змін в освітній системі (у тому числі базова середня та вища освіта) за період січень-квітень 2016 року налічується 59 звернень, з них:

- про дошкільну освіту – 8;
- про шкільну освіту – 42;
- про ВНЗ – 9.

Як видно з підрахунків електронних петицій стосовно змін в освітній системі, переважна кількість звернень стосується шкільного рівня. Варто зазначити, що більшість тем повторюється.

Звернення у такому розділі стосуються тем про мову викладання у школах та ВНЗ, якість дошкільної освіти, а також щодо конкретних реформаторських зрушень у системі освіти.

Гострою є тема, піднята паном І.П. Печенізьким № 023727-еп про підвищення рівня якості освіти та загального рівня конкурентоспроможності вітчизняної науки. Суть пропозиції полягає у тому, що для наукових співробітників ВНЗ України усіх рівнів підвищити кількість обов'язкових публікацій у вітчизняних фахових видання, а також у іноземних фахових англомовних загальновизнаних виданнях з конкурентним рівнем, де рецензування здійснюється незалежно, якісно, і за кошти, якими автор неякісного дослідження, викладеного неякісною іноземною мовою, не погодиться ризикувати; для студентів ВНЗ усіх рівнів акредитації запровадити обов'язкове електронне декларування повного змісту випускної роботи, що буде знаходитися у відкритому безкоштовному електронному доступі разом з розпискою про відсутність плагіату.

Дана петиція набрала 58 відгуків з необхідних 25 тис., але до кінця завершення голосування є 64 дні.

Тема культури піднята на різних рівнях: від особистого відношення, як, наприклад, петиція проти куріння у громадських місцях від 22 січня 2016 року, до питань державної мови.

До речі, звернення щодо російської та української мов найбільше серед петицій у визначеному нами розділі культури – понад 70 петицій (73% від загальної кількості у даному розділі).

Досі не одна з піднятих тем у рамках культурного надбання не набрало необхідних 25 тис. голосів. Так, петиція щодо розміщення інформаційно-рекламних матеріалів лише українською мовою набрала 88 голосів. До завершення голосування залишилося менше тижня, і майже немає шансів подання до розгляду цього звернення Президентом.

Зрозуміло, що теми реформ освіти та культури, політики та бізнесу, соціальних зрушень та ін. є актуальними щодня. Тому така тенденція неактивного голосування пояснюється:

- неінформованістю щодо цього розділу офіційного сайту голови держави;
- недовірою до розділу електронних петицій на офіційному сайті Президента України;
- незацікавленістю у державних перетвореннях.

Ще однією причиною є низький показник зареєстрованих відвідувачів інтернет-представництва Президента України – близько двох мільйонів громадян, а це **лише 4% населення України**.

Тому поширити перші результати електронних петицій у маси, а також сповістити про корисність такого ресурсу – є важливим аспектом як для держави, так і для суспільства. Слід акцентувати на тому, що кожен зареєстрований користувач веб-ресурсу може не просто задати питання, яке його турбує, а й фактично внести пропозицію щодо поліпшення державного управління та домогтися конкретних змін в різних аспектах нашого життя.

Підсумовуючи проведене дослідження, необхідно зазначити, що електронні петиції до Президента України мають важливе значення для забезпечення демократичного ладу в країні, а тому необхідність в такій формі комунікації між владою та суспільством надважлива. Підтверджено, що такого роду звернення на офіційному сайті голови держави носять консультативний характер, адже шлях розгляду цих звернень є довгим та складним у виконанні через велику кількість супровідних документів.

Література

1. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України [Чинний, поточна редакція від 09.04.2015] Відомості Верховної Ради України. – 1992. –№ 26. – С. 219. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657
2. Про звернення громадян [Електронний ресурс] : Закон України [Чинний, поточна редакція від 26.11.2015] Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 47. – С. 256. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws

3. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті [Текст] / О. П. Дубас. – К. : Генеза, 2014. – 276 с.
4. Кліменко І. В. Технології електронного урядування [Текст] / І. В. Кліменко, К. О. Линьов. – К. : Центр сприяння інституційному розвитку державної служби, 2016. – 192 с.
5. Цимбалюк В. С. Е-будущее и информационное право [Текст] / В. С. Цимбалюк. – К. : 2015. – 264 с.

Тетяна Лугова, Наталія Федоренко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО АНАЛІТИКА

Анотація. *У статті проаналізовано основні етапи та методи створення інфографічного продукту, його форми та визначено роль візуалізації даних у професійній діяльності інформаційного аналітика.*

Ключові слова*: інфографіка, візуалізація даних, інформаційна аналітика.*

Аннотация. *В статье проанализированы основные этапы и методы создания инфографичного продукта, его формы и определена роль визуализации данных в профессиональной деятельности информационного аналитика.*

Ключевые слова*: инфографика, визуализация данных, информационная аналитика.*

Abstract. *The article analyzes the main stages and methods of creating product of infographics, its formand the role of visualization in professional activity information analyst.*

Key words*: infographics, visualization, information analytics.*

Вступ та постановка проблеми. Із зростанням кількості даних, що потребують аналізу та узагальнення, зростає роль схематичного або графічного представлення цієї інформації. Сьогодні у інформаційній аналітиці, науці, освіті, маркетингу, соціології, політології, журналістицізростає затребуваність проектів, заснованих на візуалізації даних. Більшість інформаційних продуктів, які є результатами досліджень інформаційних робітників з'являються у вигляді традиційного друкованого тексту [6]. Для ефективного сприйняття та розуміння інформації споживачем професіоналу-аналітику необхідно володіти навичками роботи з інформаційною графікою.

Варто помітити, що інфографіка перебуває на стадії активної розробки та впровадження в практику інформаційної роботи. Функціонують сайти та платформи, що надають технічну та методологічну допомогу при виборі виду візуалізації (www.DataVizCatalogue.com), при створенні статичної (piktochart.com) та інтерактивної інфографіки (inforg.am; amcharts.com). Інфографіку як інструмент візуальної комунікації у своїх працях розглядають Д. Желязни [1], М. Смілікас [10], А. Останіна [9], Г. Нікулова [8] та інші, застосування інфографічних методів детально описали К. Нефед'єва [7], І. Луцик та В. Лашкевич [6], Т. Лугова та М. Якубовська обґрунтували розуміння емотиконів та пікчерів як інфографічних елементів електронних комунікацій [4]. Однак, не існує однозначної думки щодо ролі візуалізації даних в інформаційній аналітиці.

Мета статті – проаналізувати основні етапи створення інфографічного продукту та визначити роль інфографіки як складової діяльності інформаційного аналітика.

Виклад основного матеріалу. Поняття «інфографіка» сформувалося в другій половині XX століття для позначення інформації, яка подана у вигляді графіків і схем, об'єднавши кілька сфер діяльності. Сам термін «інфографія» утворився на початку 80-х

років від поєднання двох слів англійського походженя «information» і «grafics», що в результаті дало «infografics». Синонімами терміну «інфографіка» є такі визначення, як візуалізація даних та інформаційна візуалізація.

К.В. Нефед'єва дає таке визначення: «Інфографіка – новий, ефективний спосіб, що дозволяє донести інформацію, дані і знання за допомогою візуальних образів». Дане визначення чітко пояснює суть явища інфографіки – це робота не тільки з текстом, але й з його шрифтом, не просто збір даних, але й їх аналіз та обробка; робота з графічними зображеннями [7, 89]. Головне завдання інфографіки – інформування, а дизайн – це лише спосіб подання інформації, завдяки якому інформація сприймається ефективніше.

Процес створення інфографічного продукту передбачає декілька етапів. Перший етап – це формулювання мети створення інфографіки. Другий – збір та обробка необхідної кількості даних для інформативності кінцевого продукту. Важливими аспектами створення графічного продукту є ґрунтовне дослідження, точність даних та надійність джерел. Третій етап – аналіз і обробка інформації, систематизація.Цей етап дозволяє забезпечити цілісність графічної ідеї та порівняти систематизовані дані за кількістю, динамікою, географічним розподілом та ін. Останній, четвертий етап передбачає обрання способу графічної подачі основної думки з допомогою різноманітних візуальних інструментів. Спосіб візуалізації обирається залежно від поставленого завдання: показати зв'язки, динаміку, частини цілого, набір значень, розташування, аналіз тексту. Більшість інструментів візуалізації використовують масиви даних програми Microsoft Excel; для роботи із зображеннями – AdobePhotoshop та AdobeIllustrator, останній більш зручний для роботи з векторною графікою, що корисно для побудови спеціально допрацьованих діаграм. Значно полегшити роботу можуть онлайн-сервіси із побудови інфографіки, що передбачають готові шаблони. Серед найбільш популярних можна відзначити easel.ly, piktochart і infogr.am, GoogleFusion, Gephi [6, 219].

Найголовніше у створенні інформаційної графіки – це її співвідношення із текстом, вона ні в якому разі не повинна перешкоджати його сприйняттю. Також вона має бути доступною та зрозумілою, хоча й не обов'язково простою чи примітивною. Слід чітко розуміти, що інфографіка – це наука, що включає дизайнерську і аналітичну складову, головною є остання.

Аналітик згортає надлишкову інформацію за допомогою порівняльних таблиць, графіків, діаграм, карт зв'язків між поняттями і явищами, що аналізуються. У більш складному вигляді інфографіка може містити комбінації фотографій, текстових блоків, таблиць, діаграм, реконструкцію подій, бути представлена у вигляді коміксів, карикатур, емблем, ілюстрацій. Сьогодні інфографічні продукти використовуються як аналітичними центрами в різноманітних дослідженнях суспільно-політичного та соціально- економічного характеру, так і ЗМІ, що дозволяє друкованим та інтернет- виданням адаптуватися до роботи в сучасних умовах.

Інфографіка може бути як елементом аналітичного документа, так і самостійним інформаційним продуктом. В даному випадку вона може супроводжуватися невеликим (до 50 рядків) текстом, підготовленим аналітиком в якості вступного слова та/або пояснення. Цінність даного методу полягає в глибокому осмисленні й подальшому різнобічному висвітленні явищ і подій, де за допомогою візуальної подачі інформації відбувається висока концентрація фактів, але не перенасичення ними[2].

Для інформаційної аналітики важливою є галузь інфографіки – візуалізація результатів порівняння даних, оскільки професійний аналітик знаходиться на перетині багатоаспектних порівнянь даних різного роду. Будь-який аспект даних може бути виражений одним з видів порівняння. Найбільш поширений – часовий аспект, показує розвиток об'єкта (індикатор зростає, знижується, коливається або залишається незмінним) в певних хронологічних межах.

Покомпонентний аспект дозволяє порівняти кожен компонент у відсотках від якогось загального цілого.

Інфографіка може бути представлена різними формами. Це матриці, карти, ілюстрації, графіки та діаграми. Останні діляться на діаграми порівняння, структурні, карти візуалізації процесу, часу і зв'язків [10, 23; 5].

Діаграми порівняння – діаграми, що показують співвідношення набору даних, такими можуть бути стовпчикова, кругова, кільцева, пелюсткова та ін. До них відноситься і суто інформаційні відображення - хмара тегів, яка дозволяє порівняти ключові слова або фрази у тексті. Структурні діаграми відображають структуру набору даних і взаємозв'язок між об'єктами.До цього виду відносяться діаграма Венна-Ейлера, формалізована, а також зображена у вигляді дерева або ментальної карти (mind-maps) [5]. Останні дві показують ієрархію набору даних, де елементи є батьківськими або дочірніми по відношенню один до одного. Але перша вибудовується у вигляді з'єднаних лініями вузлів, як правило, зверху вниз, а друга має центричну будову - від ключового поняття відходить один або кілька дочірніх елементів. Вузол зазвичай зображають кругом або прямокутником [3].

Для візуалізації процесу, послідовності дій і сценаріїв розвитку подій допоможуть циклічні діаграми, блок-схеми і діаграма Сенкі. Кроки процесу, який містить набір повторюваних дій, циклічна діаграма відображає у вигляді кільця, яке утворюють з'єднані стрілками кроки. Діаграма Сенкі показує ключові кроки процесу і інтенсивність його протікання на кожній з ділянок, зображається у вигляді ліній різної товщини, що з'єднуються і розгалужуються. Блок-схеми процесів аналітик широко застосовує при виконанні логістичних обстежень інформаційних потоків підприємства. Він відображає за допомогою блок-схем реальний рух потоку інформації. Відобразити безліч зв'язків всередині набору даних можна за допомогою кругових, лінійних діаграм, зв'язків на карті або дендрограм [7, 91-93]. Візуалізувати інформацію можливо і в тривимірному просторі за

допомогою 3-D графіки. Можна створити стереоскопічне зображення, що створює ілюзію об'ємності, і динамічне, яке може бути створене за допомогою стереоскопії або анімації [3].

Висновки. Все вищесказане дає підстави констатувати, що аналітик повинен володіти широким арсеналом загальнонаукових та спеціальних засобів візуалізації вивідного знання, оскільки за допомогою інфографіки удосконалюється процес сприйняття інформації (складна інформація пояснюється простими образами), а також передаються дані в компактному та незвичайному вигляді. Інфографіка сполучає в собі ілюстративність рисунка й вербальну наповненість тексту і впливає відразу на обидві півкулі головного мозку, тому інфографіку можна визначити як потужну технологію впливу (зокрема й на емоції реципієнта), що дає можливість людині побачити нематеріальне – еволюцію, тенденції, процеси, структури тощо.

При цьому зв’язок між інфографікою та аналітикою є двобічний. Так, інфографіка має ґрунтуватись на аналітико-синтетичному методі обробки інформації та документів, адже без цього, інфографіка може бути захаращеною зайвими фактами, зроблені неправильні акценти, наведені нечіткі образи-метафори. Що призводить до зниження якості інфографічного продукту, його незрозумілості та створення дезінформації. З іншого боку, інфографіка є дієвим способом аналітики, візуальність та структурність якої дає можливість миттєво охопити проблему в цілому і інтуїтивно її вирішити. Інфографіка може виступати інструментом для обґрунтування гіпотез аналітика, основою для його доказової логіки, а також ефективним засобом доведення висновків до особи, яка приймає рішення.

Залишаються невирішеними проблеми спеціалізації засобів інфографіки під конкретні аналітичні завдання, адаптації користувачів і освоєння аналітиком сучасних пакетів програм для інформаційного моделювання об'єктів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Желязны, Д. Говори на языке диаграмм : пособие по визуальным коммуникациям для руководителей / Пер.с англ. – М. : Институт комплексних стратегических исследований, 2004. – 220 с.
2. Захарова, И. С. Основы информационно-аналитической деятельности: учебное пособие [Текст] /И. С. Захарова, Л. Я. Филиппова. – Киев : Центр учебной литературы, 2013. – 336 с.
3. Инфографика: от истоков к современности [Электронный ресурс] // Открытые системы: электрон. журн. – 2013.– № 5. – Режим доступа : http://www.osp.ru/os/2013 /05/13036001/
4. Луговая, Т. А. Эмотикон в речевой культуре электронного мира / Т.А. Луговая, М.Г. Якубовская // Theoretical and practical problems of language tools transformation in the context of the accelerated development of public relations”/ Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the CXVIII International Research and Practice Conference and I stage of the Championship in Philology (London, March 2 - March 9, 2016) / Теоретические и практические проблемы трансформации языковых средств в контексте ускоренного развития общественных отношений. — London : Published by IASHE, 2016. — С. 50-53. - Режим доступа : http://gisap.eu/ru/node/97736
5. Лугова, Т. А. Картографування знань як інструмент вивчення інтелектуального потенціалу кафедр ВНЗ [Электронный ресурс] / Т.А. Лугова, С.П. Мельник, О.Є. Акімов // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: зб.матеріалів Між нар. наук.-практ. конф., Одеса, вересень 2013 р. – Одеса: Друк, 2013. – С.81-94. – Режим доступу : http://storage.library.opu.ua/online/periodic/iopktXXI/081-094.pdf
6. Луцик, І. Б. Специфіка застосування інфографічних методів представлення знань у навчальному процесі [Электронный ресурс] / І.Б. Луцик, В.В. Лашкевич // Наук.зап. Терноп. нац. пед. ун-ту. - Сер. Педагогіка. - 2011. - № 3. - С. 216-222. – Режим

доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/NZTNPU_ped/2011_3/Lycsuk_Lashkevuch.pdf

7. Нефедьева, К.В. Инфографика – визуализация данных в аналитической деятельности [Электронный ресурс] / К. В. Нефедьева // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013.– С. 89-93.– Режим доступа : http://cyberleninka.ru/article /n/infografika-vizualizatsiya-dannyh-v-analiticheskoy-deyatelnosti
8. Никулова, Г.А. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн [Электронный ресурс] / Г.А. Никулова. – Режим доступа : http://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vizualnoy-kommunikatsii-infografika-i-metadizayn
9. Останина, А.И. Инфографика как средство визуальной коммуникации [Электронный ресурс] / А. И. Останина // Научное сообщество студентов XXI столетия (Технические науки): сб. ст. по мат. XX междунар. студ. науч.-практ. конф. – № 5(20). – Режим доступа : http://sibac.info/studconf/tech/xx/38219
10. Смикиклас, М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений [Текст] / М. Смикиклас. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 153 с.

Тетяна Шевченко, Ольга Дяченко
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Україна, Одеса

ЛОГІЧНІ ПОМИЛКИ У РАЙОННІЙ ПРЕСІ: ТИПОЛОГІЯ, ПРИЧИНИ ЇХ ВИНИКНЕННЯ Й СПОСОБИ УСУНЕННЯ

Стаття присвячена логічному аспекту редакторського аналізу районного періодичного видання. Закцентовано увагу на типології, причинах різних видів логічних помилок, виявлено причини їх виникнення і запропоновано шляхи їх усунення.

Ключові слова: районна газета, редакторський аналіз, логічний аспект, типологія, помилка.

Статья посвящена логическому аспекту редакторского анализа районного периодического издания. Сделан акцент на типологии, причинах разных видах логических ошибок, выявлены причины их возникновения и предложены пути их устранения.

The article is devoted to the logical aspect of editorial analysis of a local periodical publication. Attention is placed on typology, reasons for different types of logical mistakes. The article highlights the reasons for their appearance and proposes ways of their elimination.

Key words: local newspaper, editorial analysis, logical aspect, typology, mistake.

Регіональна преса України останні десятиліття знаходиться у стані постійної трансформації. Вона інформує населення країни, підтримуючи його локальну ідентичність. Регіональні ЗМІ є ближчими до своєї аудиторії, вони не цураються детального висвітлення повсякденних проблем населеного пункту. Рівень довіри читачів до такого видання набагато вищий, тому що легше знайти підтвердження відомостей, які подаються на сторінках регіональних видань.

Разом із тим, щодня такі видання стикаються з великою кількістю проблем. Залежність від власників, якими виступають органи місцевого самоврядування, провокує заангажованість і багато в чому

канцелярський стиль викладу інформації. Оподаткування редакцій не сумірне із заробітною платнею працівників і прибутками від продажу примірників. Кваліфіковані кадри вирушають за перспективами у центральні видання, натомість у регіональних бракує фахівців. Через це зі сторінок зникає цікава інформація: шпальти регіональних ЗМІ просто «забиваються» для кількості. Видання, підлаштовуючись до смаків реципієнтів, публікують надмірну кількість інформації розважального характеру.

Однак це не єдина проблема регіональних видань. Практика свідчить про велику кількість логічних, фактологічних, мовностилістичних помилок на шпальтах видань. Причин цьому безліч, однак найімовірніші, на нашу думку, такі: брак професійних кадрів у редакціях, низький рівень професійної культури, намагання журналістів спростити інформацію (подати її простішою, доступнішою мовою), що призводить до появи грубих помилок, від чого втрачається весь смисл тексту, можливо, зовсім відсутньою є редакторська й коректорська правки. Цілісність і стрункість внутрішньої організації тексту, його визначеність і несуперечливість, послідовність і зв'язність викладу, достатність і раціональність обґрунтування допомагають створити логічно досконалий текст. Унормований поділ тексту на мікротеми полегшує його сприйняття і розуміння реципієнтом. Логічність (тобто дотримання законів правильного мислення) властива нормальній людській свідомості, і мислити, не порушуючи цих законів, можна, навіть не вивчивши курсу логіки. Але для літератора-професіонала, журналіста, редактора бути логічним у загальноприйнятому розумінні цього слова недостатньо.

Виховати в собі здатність професійно оцінювати текст з логічної сторони важливо для кожного журналіста й редактора. Далеко не всі здатні виявляти суттєві риси предметів, залучати їх до категорій, виконувати складні розумові операції, абстрагуючись від практичного досвіду. Однак треба відразу зазначити, що простого дотримання законів і правил формальної логіки в цьому випадку ще недостатньо.

Текст – явище складне, і логічні зв'язки в ньому завжди ґрунтуються на глибоких та серйозних причинах гносеологічного характеру .

У теорії редагування розділ, присвячений його логічним основам, почав розроблятися в кінці 50-х років минулого століття. Спочатку він містив лише спостереження над дією в тексті основних законів логічного мислення і застосування правил логічного доведення. Нині до теорії редагування як наукової та практичної дисципліни увійшло широке поняття «логічна культура». Воно передбачає знання редактором основних теоретичних положень логіки, володіння термінологією цієї науки, цілеспрямоване вироблення навичок правильного мислення, професійних навичок сприйняття тексту й оцінки його з логічної сторони [1, 29].

Однак на практиці логічний аналіз тексту зводиться до того, що, розглядаючи твір, редактор перевіряє, чи не відхилився автор у своїх роздумах, висновках, визначеннях від норм логічно правильного мислення. Авторський текст повинен задовольняти такі вимоги логіки, як точність, визначеність, несуперечливість, обґрунтованість. Він має містити правильні й дієві висновки, докази, визначення й інші наслідки розумових операцій [2, 58].

Логічний аналіз журналістської публікації редактором передбачає уявний поділ тексту задля подальшого всебічного дослідження зв'язків між отриманими частинами. «Треба оволодіти раціональними прийомами, які б допомогли подолати труднощі, перевірити думку автора за допомогою логічних правил і законів» [3, 189].

Ми провели моніторинг низки районних газет за останній час, як-от: «Вінниччина», «Голос народу», «RIA-Козятин», «Громадська думка», «Лесин край», котрі представляють різні райони України і прийшли до висновку, що логічні помилки – не рідкісне явище на шпальтах цих видань. Серед первинних логічних помилок насамперед зустрічаються логічні помилки на порушення закону тотожності і порушення закону достатньої підстави. Такі помилки насамперед виявляються на рівні великого фрагменту тексту. Причини таких хиб –

сбивчивость мислення, недостатня компетентність, неточність термінології, що робить повідомлення розмитим, неконкретним, двосмисленим. При цьому предмет міркування не повинен змінюватися. У будь-якому міркуванні думки мають бути внутрішньо пов'язані між собою, витікати одна з одної. Основні причини порушення законів логіки у районних газетах такі: по-перше, причина порушення закону тотожності – пропуск змістовного ланцюга у висловлюванні. Насамперед причиною появи у процесі алогічних висловлювань є поєднання слів, одне з яких суперечить іншому, наприклад: у № 38 газети «Громадська думка» (с. 2) є публікація під назвою *«Арсеній Яценюк представив енергетичну стратегію Плану дій "Відновлення України"».* А наступний матеріал на тій самій сторінці містить таке речення: *«План дій "Відродження України" також передбачає дерегуляцію ринку».*

По-друге, порушення закону виключеного третього має місце у ситуаціях, коли висловлювання третього виявляться в альтернативних ситуаціях, коли висловлювання грунтується на моделі або-або, по-третє, закон достатньої підстави стосується зазвичай встановлення причиново-наслідкових відносин між частинами викладу. У зв'язку із неможливістю співвіднести частини як причину і наслідок і виникає алогізм.

Факти порушення закону суперечності теж не поодинокі. При цьому можна навіть виділити окремі різновиди суперечностей, які зустрічаються на шпальтах газет: 1) контактно-імпліцитна суперечність: *«Відповідно до набраних рейтингових балів було відібрано 4 сільські громади, через що у Чортківському районі реалізовується 4 спільні з ПРООН мікропроекти:*

- *впровадження енергозберігаючих заходів у Давидківській ЗОШ І-ІІ ст. (капітальний ремонт із заміни вікон та дверей на металопластикові);*

- *впровадження енергозберігаючих заходів у Заліссянській ЗОШ І-ІІ ст. (капітальний ремонт із заміни вікон та дверей на металопластикові);*
- *ремонт ФАПу с. Росохач* ***(спочатку було сказано про 4 проекти, а зазначено лише 3. – Т. Ш., О. Д.)****» (Громадська думка, №6, 2015, с. 3).*

2) контактно-виразні суперечності: *«…Якщо ж станом на 8 липня за ремонт доріг (капітальний чи поточний) окремих вулиць казначейством кошти повністю проплачені … , то чому досі немає жодних зрушень, так би мовити, з мертвої точки в практичній роботі? Адже факт на лице! Щоправда, днями вже продовжили ремонт тротуарів по вул. Копичинецькій» (Громадська думка, №34, 2014, с. 3); «Опустімося в своїй гордині з неба на грішну землю та подумаймо, що творимо на святій нашій землі, осквернюючи ту святість» (RIA-Козятин, №48, 2016, с. 5); 3) д*истантно-виразна суперечність*: «…Суботнього ранку під приводом "розчищення" території для встановлення новорічної, як її вже нарекли в народі, "кривавої" ялинки було жорстоко побито міліцейським спецрозділом "Беркут" близько трьох сотень студентів. <…> Били усіх підряд – не пошкодували навіть дівчат і літніх людей» (Громадська думка, 2016, №49, с. 1).*

Також варто зазначити, що в деяких публікаціях порушується закон достатньої підстави, у результаті чого подаються тези, істинність яких ще потрібно підтвердити належними аргументами: *«Що стосується відомого у всій Україні та за її межами села Горошови…» (№6, с. 3); «Розкинувшись попри трасу міжнародного значення, воно служить яскравою візитівкою всього нашого краю, адже про красень-замок, що височіє над Ягільницею, відомо далеко за межами держави» (№22, с. 1).*

Найпоширеніші вторинні логічні помилки у районних виданнях – розповідний алогізм, логічний стрибок. Логічний стрибок виникає переважно через неправильне вживання конструкцій з відокремленими додатками. Нагромадження логічних стрибків в одній фразі робить її

незрозумілою. Розповідний силогізм виникає через неохайність вираження думки. Амфіболія – ще один варіант мовленнєвої логічної помилки. Так, в омонімічних синтаксичних конструкціях, ідентичних за своєю формальною структурою, підставою оформлення думки є розбіжність у синтаксичних відносинах та функціях їх компонентів у залежно від встановлення синтаксичних і асоціативних зв'язків усередині словосполучення /речення.

Плеоназми, виявлені на сторінках районних газет, повя зані з неточними знаннями значень іншомовних слів. «Ламана метафора» створюється переважно тому. що автори публікацій хотіли красиво, вишукано розповісти про що-небудь. Підміна поняття – така помилка викликана неуважним ставленням автора до слова, його значення.

Серед причин появи логічних помилок можна виділити 2 великі групи: невміння мислити логічно і будувати тексти відповідно до законів логіки і неохайність, неуважність відносно мови. Але в більщості випадків все-таки аналіз свідчить, що це низький рівень професійної культури журналістів, які працюють у районному виданні.

Література

1. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста / А. Э. Мильчин. – 2-е изд., перераб. – М. : Книга, 1980. – 320 с.
2. Накорякова К. М. Редактирование материалов массовой информации: учеб. пособие для фак. социол., экон. и жур. / К. М. Накорякова. – М. : Изд-во МГУ, 1982. – 112 с.
3. Сикорский Н. М. Теория и практика редактирования: учебник для вузов по специальности «Журналистика» / Н. М. Сикорский. – М. : Высшая школа, 1980. – 328 с.

Тетяна Лугова, Анастасія Городніченко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДОКУМЕНТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті проаналізовано основні програмні засоби з точки зору ефективності документаційного забезпечення проектної діяльності.

Ключові слова: документаційне забезпечення, програмне забезпечення, проектна діяльність, програмний продукт.

В статье проанализированы основные программные средства с точки зрения эффективности документационного обеспечения проектной деятельности.

Ключевые слова: документационное обеспечение, программное обеспечение, проектная деятельность, программный продукт.

The article analyzes the basic software in terms of efficiency of documentary maintenance of the project activities.

Keywords: documentary, software, Project Management.

Створення документації та управління входять до числа функцій інформаційних технологій, без яких у сучасних умовах ефективне управління проектами є досить ускладненим. Але наявність комунікативних бар'єрів у практиці реалізації проектів дає підставу вважати існуючі програмні засоби з управління проектами такими, що не вирішують належним чином проблеми документаційного забезпечення в умовах проекту. Все це потребує їх детального аналізу щодо комунікаційних характеристик. До вивчення питань проектного менеджменту, а саме програмних засобів планування, контролю, документаційної та інформаційної підтримки зверталися вчені: Л.П. Батенко [1], І.І. Мазур [2], Є.М. Медведева [3], В.А. Рач [4] та багато інших.

Мета статті – порівняти програми автоматизації проектної діяльності, виявити найбільш ефективну щодо документаційного забезпечення проектної діяльності.

На сьогодні у світі розроблено близько сотні програмних засобів, які реалізують функції планування та контролю проектів. Розробники програмних продуктів пропонують великий перелік систем управління проектами, які умовно поділяються на дві групи: професійні та для непрофесіоналів [2, 456].

Комп'ютерні програми першої групи розраховані на професійних проект-менеджерів і застосовуються для управління складними проектами (програмами). Вони пропонують широкий набір професійних інструментів планування, аналізу і контролю за процесом реалізації проекту, а також необхідні засоби комунікацій між членами проектної команди, учасниками проекту, субпроектами. Зрозуміло, що такі системи відносяться до дорогого за ціною сегменту ринку [2, 458]. Серед них найбільш відомими є програмні продукти фірм WST Corporation (openplan Professional, openplan Desktop, openplan Enterprise), Primavera Systems Inc. (Primavera Project Planner (P3) 2.0/3.0, suretrak Project Manager (ST) 3.0, Primavera Project Planner for the Enterprise (p3e), Expedition 7.0), Artemis International (Artemis Views) [2, 458].

Програми другої групи орієнтовані на широке коло користувачів, характерними їх рисами є простота в освоєнні і користуванні, дещо звужені функціональні можливості, невисока ціна. До них відносяться Microsoft Project 2002 (виробник Microsoft Corporation), timeline 6.5 (виробник - timeline Solutions Corporation), Spider Project (виробник-Spider Technologies Group) [2, 462].

Проаналізуємо характеристики вказаних програмних продуктів щодо підтримки документування у проекті. Для цього розглянемо критерії розроблені В.А. Рач та О.М. Медведєвою (табл. 2) [4, 25]. На основі критеріїв аналізу характеристик програмного забезпечення з управління проектами (табл. 2) порівняємо найпоширеніші з них та

надамо характеристики основних програмних продуктів із управління проектами з точки зору ефективності їхнього документаційного забезпечення (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристики основних програмних засобів з управління проектами з точки зору ефективності документаційного забезпечення [3, 67]

Програмний засіб	**Програми й модулі**	**Характеристика за критеріями підтримки документування проекту**							
		Ку		**Кі**		**Кя**		**Кп**	
		Якісні показники	**Кількісні показники, %**	**Якісні показники**	**Кількісні показники, %**	**Якісні показники**	**Кількісні показники, %**	**Якісні показники**	**Кількісні показники, %**
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
1. Microsoft Project (Microsoft)	Microsoft Project	Створення зберігання пошук	37,5	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0
2. Time Line (Time Line Solution Corporation)	Time Line	Створення зберігання пошук, встановлення зв’язків	50	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0
3. Spider Project (Spider Technologies Group)	Spider Project	Створення зберігання пошук	37,5	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0
4. OpenPlan (Welcom Software	OpenPlan Professional OpenPlan Desktop	Створення зберігання пошук, встановле	50	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0

Technology)	OpenPlan Enterprise	ння зв’язків							
5. Artemis Views (Artemis International)	Project View Resource View Track View Cost View	Створення зберігання пошук	37,5	Базові плани, звіти, графіки грошових потоків	1 – 0 2 – 50 3 – 33,3 4 - 0	Точність	14,2	-	0
	Sure Treck Project Manager (ST)	Створення зберігання пошук	37,5	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0
	Primavera Project Planner (P3)	Створення зберігання пошук	37,5	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0
	Monte Carlo for Primavera	Створення зберігання пошук	37,5		1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0
	Primavera Project Plan for the Enterprise (P3e)	Створення зберігання пошук	37,5	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	-	0	-	0
	Primavera Expedition	Всі функції управління документообігом	100	Базові плани, звіти	1 – 0 2 – 50 3 – 16,7 4 - 0	Точність	14,2	-	0

Порівняльний аналіз компьютерних програм з управління проектами з точки зору ефективності документаційного забезпечення дає можливість зробити такі висновки:

- лише один з представлених програмних засобів (Primavera Expedition) дозволяє найбільш професійно управляти проектною документацією;
- автоматизовано (в межах програмного засобу) створюється базова планова та звітна документація, залишаючи за своїми межами всі інші види важливих концептуальних та оперативних управлінських документів проекту;
- лише деякі з програмних засобів (Artemis Track View, Primavera Expedition) забезпечують дотримання відповідного рівня точності інформації документів проекту для різних його учасників (зокрема, для відповідальних, менеджеру проекту, замовника), інші параметри якості інформації не забезпечуються;
- жоден з представлених програмних засобів не забезпечує врахування м'якого компоненту (психологічних особливостей сприйняття та обробки інформації) у здійсненні комунікацій між учасниками проекту в умовах проектного середовища [4, 34].

Таблиця 2

Критерії аналізу характеристик програмних засобів з управління проектами [4, 25]

Критерій	**Спосіб розрахунку**	**Примітки**
Повнота реалізації функцій управління документообігом	Співвідношення реалізованих функцій управління документообігом до їх загальної кількості	Перелік функцій управління документообігом: створення, обробка, встановлення взаємозв'язку, організація зберігання, пошуку, поширення та оновлення документації. Загальна кількість: 7
Повнота документного забезпечення окремих етапів	Співвідношення реалізованих видів документів до їх загальної	Перелік основних типів документів, що створюються протягом проекту:

життєвого циклу проекту	кількості в межах основних типів	1) концептуальні); 2) планові (план проекту та базові плани як його складові), 3) оперативні (звіти, реєстри, прогнози, рекомендації, запрошення змін, управлінські вказівки); 4) документи закриття (акти прийомки продукту, акти закриття контрактів, акт закриття проекту). Загальна кількість за типами: 1 – 5; 2 – 2; 3 – 6; 4 – 3
Можливість забезпечення якості інформації документів	Співвідношення реалізованих інформаційних показників якості документів проекту до їх загальної кількості	Перелік інформаційних показників якості документів проекту: повнота, точність, гармонійність, інформаційна ємкість, інформативність, інформативна компактність, прагматичність (з обмеженнями в проекті). Загальна кількість: 7
Можливість врахування психологічних особливостей сприйняття інформації учасниками проекту	Співвідношення врахованих параметрів до їх загальної кількості	Перелік параметрів для врахування: тезаурус, тип модальності, темперамент, сенсорні особливості учасників проекту. Загальна кількість: 4

Проведений аналіз демонструє, що існуючі програмні засоби дозволяють ефективно вирішувати технічні задачі планування, аналізу та управління проектом. Вони мають гнучкі інструменти генерації планів, звітів для аналізу ходу виконання проекту, але характеризуються низьким рівнем комунікаційних характеристик та, у такому випадку, не вирішують задачі ефективного управління документами в умовах проекту. Особливо це стосується якості змістовної частини документів. Це ставить перспективне завдання

кооперації наукових та прикладних зусиль документознавців та програмістів для створення програми з документно-інформаційно-комунікаційного управління проектами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батенко Л.П. Управління проектами [Текст] : навч. посібник / Л.П. Батенко, О.А. Загородніх, В.В. Лішинський. — К. : КНЕУ, 2008. — 231 с.
2. Мазур И.И. Управление проектами [Текст] : учеб. пос. / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге. — М. : Омега-Л, 2009. — 664 с.
3. Медведева Є.М. Качество документа в системе информационного обеспечения проектного менеджмента [Текст] / Е.М. Медведева // Управління проектами та розвиток виробництва: зб. наук. пр. — Луганськ: СНУ ім. В.Даля, 2000. —№ 2 (2). — С. 65—69.
4. Рач В.А. Методологічне та інструментальне забезпечення документування проекту [Текст] / В.А. Рач, О.М. Медведєва // Управління проектами та розвиток виробництва: зб. наук. пр. – Луганськ : СНУ ім. В.Даля, 2005. — № 4 (16). — С. 22—32.

Тетяна Шаркова
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ТЕХНОЛОГІЇ ДОВІДКОВО-БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

У статті розкриваються сутність і перспективи розвитку довідково-бібліографічного обслуговування в електронному середовищі, досліджується термінологія, що використовується для позначення сучасної бібліографічної діяльності, показано дедалі зростаючу роль електронних довідкових служб у задоволенні інформаційних потреб віддалених користувачів бібліотек.

Ключові слова: *Довідково-бібліографічне обслуговування, довідково-бібліографічний апарат, алфавітний каталог, системний каталог, база даних.*

В статье раскрываются сущность и перспективы развития справочно-библиографического обслуживания в электронной среде, исследуется терминология, используемая для обозначения современной библиографической деятельности, показаны все возрастающую роль электронных справочных служб в удовлетворении информационных потребностей удаленных пользователей библиотек.

Ключевые слова:*Справочно-библиографическое обслуживание, справочно-библиографический аппарат алфавитный каталог, системный каталог, база данных.*

From participation raskryvayutsya cutsthe I., progress and prospects development of doubkova-bblogging obslugovuvannya in electronic seredova scho dogsa terminology, vykarystouvac for oznacena Suchasna bbliography diyalnosti, showing all prostuju role electronic doubkova services have zadowoleni informacini needs koristuvach dalena bblock.
Key words:*Doubkova-bbliography obslugovuvannya, doubkova-references pod: Alfani directory, directory, base difference.*

Довідково-бібліографічна діяльність є важливою функцією сучасної бібліотеки, яка тісно пов’язана з обслуговуванням користувачів, створенням довідково- інформаційних ресурсів та довідково-пошукового апарату як засобу організації доступу до них. Довідково-бібліографічне обслуговування (ДБО) є головною ділянкою цієї діяльності. ГОСТ 7.0-99 «Информационно-библиотечная деятельность, библиография. Термины и определения» визначає ДБО як «обслуговування згідно з запитами користувачів інформації, пов’язане з наданням довідок та інших бібліографічних послуг». ДБО передбачає взаємодію двох суб’єктів: користувача, який має інформаційну потребу, і бібліографа. Ця взаємодія базується на основі розвинутої системи бібліотечно-бібліографічної та науково-

інформаційної діяльності з використанням фондів, ресурсів, традиційних та сучасних пошукових систем, широкого бібліографічного знання. Виділяють два основні режими здійснення ДБО – оперативний і продовжений. Оперативне ДБО виконується відразу після отримання запиту в прямому контакті з користувачем. Продовжений режим передбачає виконання трудомістких запитів на замовлення керівних органів, колективів, окремих осіб, відповіді на які оформлюються, як правило, в письмовому вигляді. Надання довідки у письмовій формі підкреслює необхідність збереження створеного за запитом інформаційного продукту, потребує якості послуги.

Якість довідково-бібліографічного обслуговування багато в чому залежить від стану довідково-бібліографічного апарату бібліотеки (ДБА). ДБА – документальна інформаційно-пошукова система, яка надає можливість багатоаспектного розкриття бібліотечно-інформаційних фондів, використання локальних та віддалених електронних інформаційних ресурсів, допомагає оптимальній організації, ефективному пошуку і видачі бібліографічної і фактографічної інформації.

Склад сучасного ДБА включає: довідково- бібліографічний фонд (ДБФ), рукописні, друковані, карткові, електронні каталоги, бази даних (бібліографічні, реферативні, фактографічні і повнотекстові). Як показує досвід, інформаційна повнота та актуалізація ДБА забезпечує задоволення запитів не тільки поширених, але й з нових питань розвитку науки і виробництва.

Основну систему каталогів і картотек публічної бібліотеки складають: алфавітний каталог (АК) – це бібліотечний каталог, в якому відображається весь фонд документів певної бібліотеки. Бібліографічні записи розташовані за алфавітом імен або прізвищ індивідуальних авторів, найменувань колективних авторів або назв творів друку та інших документів. АК допомагає отримати точні та вичерпні відповіді на такі запитання: чи є в бібліотеці потрібна книга; які твори певного автора є в бібліотеці; які видання певного твору наявні в бібліотеці. За допомогою АК можна визначити вихідні дані

книги, ініціали імені та по батькові автора, точну назву твору, наявність вступної статті, передмови, з'ясувати ціну, тираж тощо; систематичний каталог (СК) – це бібліотечний каталог, в якому бібліографічні записи розташовують за галузями знань відповідно до бібліотечно-бібліографічної класифікації (ББК). Він розкриває зміст бібліотечного фонду й інформує про те, які видання з тієї чи іншої галузі знань, з того чи іншого питання є в бібліотеці. СК має алфавітно-предметний покажчик (АПП), за допомогою якого бібліотекар та користувач можуть підбирати літературу за певним галузево-тематичним питанням; алфавітний каталог (картотека) періодичних видань – каталог, який відображає періодичні видання, які отримує і зберігає бібліотека. Бібліографічні записи в ньому розташовані за алфавітом назв періодичних видань; систематична картотека статей (СКС) – доповнює СК, тому що включає картки на статті і матеріали з періодичних видань, збірників, які отримує бібліотека.

Структура картотеки подібна до структури СК. СКС та СК мають єдиний АПП; краєзнавча картотека (каталог) – це спеціальна картотека, яка відображає документи краєзнавчого змісту, стосовно різних аспектів історії та сучасного життя регіону. Матеріал у картотеці розташовується відповідно до «Схеми краєзнавчого каталогу (картотеки) ЦБС області»; картотека назв художніх творів – спеціальна картотека, за допомогою якої можна установити прізвище автора того чи іншого твору. На кожній карточці картотеки зазначається назва твору, його жанр, прізвище та ініціали автора, шифр. Картки розставляються за алфавітом назв творів; тематичні картотеки – один із видів картотек, що відображають видання з найактуальніших тем, які відображені у ряді розділів систематичного каталогу та СКС, але не виділені в самостійні рубрики. Вибір тем визначається злободенністю якого-небудь явища громадського життя, приближенням ювілею відомої особи, історичної події або для задоволення стійкого інтересу групи читачів.

У зв'язку з впровадженням засобів автоматизації бібліотеки почали створювати електронні каталоги (ЕК) – машиночитні бібліотечні каталоги, що працюють в реальному режимі часу та надані у розпорядження читачів. ЕК розміщуються на сайтах бібліотек і доступні через Інтернет.

Бази даних (БД) – важлива і найперспективніша складова інформаційних ресурсів сучасного суспільства. БД – сукупність взаємозв’язаних даних, що відносяться до певної галузі знання (теми, проблеми) і представлених у певному форматі на машинному носії.

Класифікація БД здійснюється за багатьма ознаками, найважливішою з яких є характер наданої користувачам інформації. Виділяють БД фактографічні (містять інформацію, що відноситься безпосередньо до предметної області), документальні (повнотекстові, бібліографічні, реферативні). БД різних типів і призначення застосовуються численними підприємствами та організаціями різних форм власності. Значна частина БД формується в інформаційних установах і бібліотеках з урахуванням інформаційних потреб користувачів. Сьогодні бібліотеки активно пропонують користувачам наявні в них електронні ресурси, що забезпечують можливість багатоаспектного пошуку інформації. Таким чином, досконале знання довідково- бібліографічного апарату своєї бібліотеки і вміння орієнтуватися в бібліографічних ресурсах інших бібліотек є важливою умовою повноцінного СБО.Розглянемо методику виконання оперативного ДБО в бібліотеці. ДБО являє собою сукупність процесів прийому разових запитів і викликаних ними бібліографічного пошуку та видачі користувачам бібліографічної та фактографічної інформації. Бібліографічний запит являє собою звернення користувача до бібліотекаря в усній, письмовій або електронній формі. Класифікація запитів багатоаспектна. За характером необхідної інформації вони поділяються на тематичні, уточнюючі, адресні та фактографічні. Відповіддю на бібліографічний запит є бібліографічна довідка, яка містить бібліографічну інформацію та виконується за допомогою довідково-бібліографічного апарату. Бібліографічні довідки

систематизують аналогічно класифікації бібліографічних запитів. Крім довідок, відомі інші види відповідей, зокрема: бібліографічна консультація, переадресування, негативна відповідь, відмова.

Література

1. Авдонина Н.А. Методическое обеспечение справочно-библиографического обслуживания / Н.А.Авдонина, Н.С.Масловская // Библиография. – 2012. – № 1. – С. 65-67.
2. Авдонина Н. Учет – первичная основа показателей СБО / Н.Авдонина // Библиотека. – 2012. – № 1. – С. 16-19.
3. Беркутова Л. Библиографическая работа библиотеки и ее отражение в Интернете [Электронный ресурс] / Л.Беркутова. – Режим доступа: http://www.lib.1september.ru/view_article.php?id=200902316. – Загл. с экрана.
4. Борзова О. СБО пользователей библиотек: традиции и инновации [Электронный ресурс] / О.Борзова. – Режим доступа: http://www.tambovlib.ru/?view=conferenc.2012.zonalnye.borzova. – Загл. с экрана.
5. Жабко Е. Справочно-библиографическое обслуживание в электронной среде : автореферат дис. [Электронный ресурс] / Е.Жабко. – Режим доступа: http://www.dissercat.com/content/spravochno-bibliograficheskoeobsluzhivanie-v-elektronnoi-srede. – Загл. с экрана.

Анна Дубович
Одесский национальный политехнический университет,
Одеса, Украина

СОЦИАЛЬНО - ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДОКУМЕНТАЛЬНО - ИНФОРМАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Описана структура документально-информационной коммуникации и её особенности. Рассмотрены социально-психологические аспекты коммуникации при управлении персоналом на предприятии.

Ключевые слова: *документально-информационная коммуникация, социально-психологические аспекты, управление персоналом*

Описано структуру документально-інформаційної комунікації і її особливості. Розглянуто соціально-психологічні аспекти комунікації при управлінні персоналом на підприємстві.

Ключові слова: *документально-інформаційна комунікація, соціально-психологічні аспекти, управління персоналом*

The article is about the structure of documents and information communication and its features. The social and psychological aspects of communication in the human resource management.

Keywords*: documents and information communication, social and psychological aspects, human resource management*

Актуальность статьи обусловлена значимостью информации в современном мире. Развитые страны мира строят свое экономическое благосостояние в значительной мере используя информационные ресурсы. Для современной цивилизации, по мнению американского ученого Э. Тоффлера, информация становится сырьем, главной особенностью которой является ее неисчерпаемость. В XXI веке документо-информационные коммуникации не теряют своей актуальности.

Объектом статьи выступает документно-информационная коммуникация, предметом – социально-психологический аспект рассмотрения коммуникации.

В настоящее время существует много работ по теории коммуникации, в которых рассматриваются основные коммуникативные понятия, виды коммуникации и коммуникативных систем, модели коммуникации и т. п. Особое внимание исследователи уделяют социальной коммуникации, и лишь некоторые из них изучают как отдельный ее вид коммуникацию документную [6;103].

Документная коммуникация обладает всеми признаками коммуникации, относится к типу социальной коммуникации. Ее структуру формируют субъекты (отдельные люди, группы людей, общество в целом), объект (сообщение, информация, содержащаяся в документе), канал (документ), цели (познавательная, побудительная, экспрессивная), институты (архивы, библиотеки, издательства и др.), коммуникативные барьеры (технические, психологические, социальные). Отличительной чертой документной коммуникации является специфический канал передачи информации – документ, который позволяет сохранить сообщение неизменным в пространстве и во времени.

Документная коммуникация происходит лишь тогда, когда реципиент получил закодированную информацию на материальном носителе и декодировал ее [2;98].

Документно-информационная коммуникация – это обмен информацией, в результате которого руководитель получается информацию, необходимую для принятия эффективных решений. Если коммуникации налажены плохо, решения могут оказаться ошибочными, а люди неправильно поймут, чего хочет от них руководитель, и могут ухудшиться отношения между людьми.

Ни один из видов коммуникации не обходится без барьеров, препятствующих движению смыслов. Движение документированной информации во времени и пространстве предполагает наличие

источника и получателя. Однако при этом между источником и получателем информации могут возникнуть информационные барьеры, мешающие оптимальному течению информационных процессов. Коммуникационно-информационные барьеры - это препятствия, которые возникают на пути движения сообщений от коммуниканта к реципиенту.

Немаловажную роль отыгрывают социально-психологические барьеры документно-информационной коммуникации.

Психологические барьеры возникают вследствие непонимания реципиентом содержания документов, которое может распространяться на все типы документов.

Социальные барьеры - это препятствия, которые создаются на пути движения сообщения от коммуниканта к реципиенту. Главной из этих препятствий цензура. Цензура - специфический барьер именно документной коммуникации; ее невозможно осуществить ни в устной, ни в электронной коммуникации, хотя попытки такого рода предпринимались властями [2;48].

К тщательному изучению социальных и психологических аспектов документно-информационной коммуникации нас обязывает постоянное обогащение межчеловеческих отношений в результате роста общеобразовательного и квалификационного уровня работников. Свой отпечаток накладывает и усложнение техники и технологии, что позволило значительно сократить долю физического и увеличить объемы умственного труда. Поэтому часто результаты труда во многом определяются психическим состоянием сотрудников. Необходимость использования в практике управления организацией социально-психологических методов руководства очевидна, так как они позволяют своевременно учитывать мотивы деятельности и потребности работников, видеть перспективы изменения конкретной ситуации, принимать оптцмальные управленческие решения.

Индивидуальные психические особенности людей не поддаются математическому просчету, поэтому в процессе считывания

документной информации могут проявиться абсолютно полярные свойства нервной деятельности с получением полярного эффекта. Задача оформить документ таким образом, чтобы при перекодировании в привычные образы воспринимающей стороной его форма не создавала барьеров при восприятии и понимании, чтение происходило с минимальными потерями времени и информации, на наш взгляд, является основанием для проведения исследования.

Функционирование процесса документной коммуникации обеспечивается документно-коммуникационной системой, представляет собой подсистему социальной коммуникации и её мощной системой передачи социальной информации [3; 251].

Документооборот любой компании — это среда, которая диктует проектные решения будущих корпоративных информационных систем. Документирование информации и управление документационным ресурсом превращаются в актуальные направления деятельности.

При выстраивании системы документной коммуникации в организации следует учитывать тенденцию сближения управленческого и технологического (основного) документооборота в составе и назначении систем документации и в единых подходах к их обработке и использованию.

Следовательно, можно сделать вывод, что основные принципы построения документных коммуникационных систем заключаются в учете действующих регламентов разного уровня, в сочетаемости с работами по управлению качеством, в широкомасштабном переходе к электронному «настоящему» документообороту. Учет перечисленных тенденций позволит построить оптимальную систему документной коммуникации как в рамках отдельной организации, так и на уровне корпорации, ведомства. При этом вопрос выбора технической и программ- ной основы ее реализации не будет иметь принципиального значения.

Литература:

1. Умалатовна, С. Э. Документная коммуникация как вид социальной коммуникации [Текст] / С. Э. Умалатовна // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. Выпуск № 3 / 2014.

2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Електронний ресурс]/ Г. Г. Почепцов. – К.: Ваклер; М.: Рефл-бук, 2001. — 656 с. – Режим доступа: http://www.nir.ru/socio/articles/poch.htm#_ Toc522038238 26.06.2014.

3. Кушнаренко, Н. Н. Документоведение [Текст] / Н. Н. Кушнаренко. – Киев : Знания, 2008. – 459 с.

4. Соколов, А. В. Общая теория социальной коммуникации [Електронний ресурс]/ А. В. Соколов. – Режим доступа: http://sbiblio.com/biblio/archive /sokolov_social_communication

5. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации [Електронний ресурс]/ Ф. И. Шарков. – Режим доступа: http://www.mabiu.ru/student/ump /osnovteor.htm

6. Швецова-Водка, Г. Н. Общая теория документа и книги [Електронний ресурс] / Г.Н. Швецова-Водка.— М. : Рыбари ; К. : Знания, 2009. — 487 с. – Режим доступа: http://dmeti.dp.ua/file /shvetsova-vodka_obschaya_teoriya_dokumenta.doc.

УДК-81.8

Віктор Нерсесов
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

СУЧАСНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ

У статті розкриваються основні характеристики електронного документообігу, незамінність його впровадженя в усіх сферах життя сучасного суспільства.

Ключові слова: *електронний документообіг, проста організація ієрархії документів, електронна пошта, електронний цифровий підпис, відбиток пальця платника.*

The article describes the main characteristics of the electronic document, its indispensability implemented in all areas of modern life.

Keywords: *electronic document management, simple organization hierarchy of documents, email, digital signature, fingerprint payer.*

В статье описаны основные характеристики электронного документа, его незаменимость реализации во всех сферах современной жизни.

Ключевые слова: *электронное управление документами, простая организация иерархия документов, электронной почты, цифровая подпись, отпечатки пальцев плательщика.*

В сучасному світі електронний документообіг набув активної участі майже в усіх галузях людської діяльності - у державних установах, на підприємствах, у побуті. Мало хто знає, що, наприклад, будь-який сайт - це, по суті, різновид електронного документа. Саме зручна робота з інформацією, швидкість її обробки й отримання, а також автоматизація керування і є ключовими чинниками, що стали запорукою його надшвидкого розповсюдження.

Переваги електронного документообігу над фізичним доволі складно переоцінити. Вони полягають у наступному:

1. Жодної прив'язки до конкретного пристрою або електронного носія, оскільки для роботи саме з конкретними документами користувачеві потрібен лише будь-який комп’ютер з доступом до мережі Інтернет. Ніяких дисків, флешок тощо. Усі необхідні документи надійно зберігаються на віддаленному сервері і працювати з ними користувач може в будь-якій точці Землі з будь-якого комп’ютера (!);

2. Дуже швидкий глобальний пошук. Завдяки використанню потужних обчислювальних машин-серверів на “зворотньому боці” - Back-end -відбувається майже миттєвий пошук будь-якого ключового слова, що міститься в усіх документах. Немає більше необхідності чекати або спрощувати пошуковий запит - шукати документи можна так, як зручно;

3. Зручні інструменти для спільної роботи. Користувач має змогу організувати легку та комфортну спільну роботу з будь-якими документами:

- запрошувати інших Інтернет-користувачів за допомогою посилання або за запрошенням на електронну пошту;
- призначати права доступу до документа (редагування, коментування або лише перегляду);
- виділяти, позначати й комментувати частини документа на свій розсуд;
- переглядати, хто саме і де на разі читає його документ (!);
- контролювати всі версії документа (користувач має змогу бачити, хто, коли і що саме змінив у документі і, в разі необхідності, відновити попередню версію);

4. Проста організація ієрархії документів. Користувач має змогу розсортувати персональні документи так само, як би це було зроблено на звичайному комп'ютері (можна створювати папки й підпапки за власним бажанням і створювати систему організації своїх папок для того, щоб мати змогу надати доступ для редагування, коментування або перегляду змісту папки для зручної співпраці з іншими користувачами).

Певна річ, що різноманітні підприємства й державні установи розробляють і використовують власні системи електронного документообігу. Проте такі заходи (проектування та розробка програмного забезпечення і для Front-end, і для Back-end, купівля, налаштування й обслуговування серверного обладнання, адміністрування та керування системою загалом) коштують дуже дорого. Виникає питання, а чи є змога у звичайних людей скористатися цим типом електронного документообігу, які можливості будуть доступні і скільки це буде коштувати? На щастя, сьогодні є змога відповісти на ці питання винятково позитивно. Кожен пересічний Інтернет-користувач може звернутися до електронного документообігу з використанням хмарних технологій, де матиме

можливість використовувати всі переваги, причому, цілком безкоштовно! Як це зробити? Дуже просто!

Як відомо, одним з найкращих сервісів для роботи з електронними документами - Google Документи. Всі можливості цього сервісу розкриваються в парі з Google Диском: це необмежена кількість Гугл Документів необмеженого розміру - файли Гугл Документів не займають місця на Гугл Диску; можливість офлайн-роботи (без Інтернету) з документами - в такому разі документи зберігаються на персональному пристрої та синхронізуються з хмарою при появі Інтернету; зручна робота з будь-якого пристрою - ПК, ноутбук, планшет чи смартфон за допомогою додатків (програм); простий експорт до форматів Word та легкий друк документів. Та найголовніше - абсолютна безкоштовність! Єдине, що знадобиться крім комп'ютера та виходу до Інтернету - це обліковий запис Google, що створюється за декілька хвилин. Отже, Гугл Документи - дуже зручний інструмент для персонального використання або для використання у невеличких компаніях/колективах. Але що робити, якщо виникає необхідність більшої автоматизації та облік, наприклад - для персонального бізнесу? Вихід є. Бітрікс 24 - це система керування та автоматизації роботи будь-яких підприємств та колективів, що містить у собі вичерпний комплект інструментів для організації роботи. Певна річ, вона містить у собі весь спектр необхідних інструментів для роботи з документами, до того ж - інтегрується з Гугл Документами.

Розгляд особливостей і переваг електронного документообігу неможливий без пояснення механізмів захисту цілісності документів. Одним з ключових чинників є електронний цифровий підпис. Електронний цифровий підпис (далі ЕЦП) - вид електронного підпису, одержаного в результаті криптографічного перетворення набору електронних даних, що додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача. Електронний цифровий підпис накладається за

допомогою особистого ключа і перевіряється за допомогою відкритого ключа. Електронний цифровий підпис може використовуватися юридичними та фізичними особами як аналог власноручного підпису для надання електронному документу юридичної сили. Юридична сила електронного документа, підписаного ЕЦП, еквівалентна юридичній силі паперового документа із власноручним підписом правоздатної особи та печаткою. ЕЦП характеризується всіма основними властивостями власноручного підпису, а саме:

- засвідчує те, що одержаний документ надійшов від особи, яка його підписала;
- гарантує цілісність та захист від спотворення і внесення виправлень до підписаного документа - при внесенні змін ЕЦП деформується, що потім легко виявити;
- не дає можливості особі, що підписала документ, відмовитися від зобов'язань, які вона взяла на себе, підписуючи цей документ.

Безпека використання ЕЦП забезпечується тим, що засоби, використовувані для роботи з ЕЦП, проходять експертизу в Державній службі спеціального зв'язку та захисту інформації України.

Засоби ЕЦП можуть інтегруватися до електронних документів з хмарними технологіями за допомогою спеціальних сервісів, наприклад – Hello Sign, але їх використання ще доволі складне. Тож пропонується власне бачення розвитку ЕЦП.

Електронні платежі карткою за допомогою смартфонів розповсюджуються по планеті. Для підтвердження платежу потребується лише відбиток пальця платника (на смартфонах сьогодні встановлено сканери відбитку пальця, що є достатнім для верифікації персони платежу. Це зручно і безпечно). Якщо ще декілька років тому сканер відбитку пальця у смартфоні вважався неприпустимою розкішшю, то тепер він встановлюється навіть у бюджетні моделі, наприклад - непоганий бюджетний смартфон Xiaomi Redmi 3S зі сканером відбитку коштує лише приблизно 3400 гривень.

Таким чином, електронний документообіг - це один із ключових двигунів економіки, бо саме він дозволяє зручно створювати,

оперувати й аналізувати гігантські масиви даних, організовувати спільну роботу і доступ. Саме він забезпечує неймовірну захищеність документів, що наврядчи забезпечить звичайна печатка або підпис. І до того ж, значно сприяє поліпшенню екології, збереженню лісів – зелених лененів планети Земля. Адже стільки лісів вирубає людство задля виготовлення паперу, який насправді живее дуже недовго, відправляючись на смітник…

Отже, якнайшвидше інтегрування електронного документообігу з використанням хмарних технолгій у повсякденну широку практику зробить її простою, зручною, легко керованою та вимірюваною.

Список використаних джерел

1. Спрінсян В.Г. Підготовка документознавців, інформаційних аналітиків нагальна потреба інформаційного суспільства // Моделювання регіональної економіки. – Івано-Франківськ. – 2011. – № 2(18). – С. 283 – 290 (3,4 д.а.).

2. Спрінсян В.Г. Впровадження електронного документообігу в організаціях та на підприємствах України // студії з архівної справи та документознавства / [редкол. С. Г. Кулешов (голова)]. – К. – 2012. – Т. 20. – С. 235-241. (0,3 д.а.)

3. Татакі О.О., Баюш О.О. Особливості застосування інноваційних підходів до організації документообігу та діловодства у вищому навчальному закладі технічного профілю // Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері : зб. матеріалів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції (Донецьк, 03 квітня – 05 квітня 2012 р.). – С. 76-78 (0,15 д.а.) (У співавторстві з Баюш О.О.)

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ

Татьяна Капезина, Татьяна Потапкина
Пензенский государственный университет
г. Пенза, Россия

РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ В ПРЕДУПРЕЖДЕНИИ КОНФЛИКТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Анотація. У статті розглядаються незадовільні комунікації як причини конфліктної взаємодії. Аналізуються комунікативні методи, спрямовані на подолання комунікативних бар'єрів і досягнення взаєморозуміння у всіх ланках організаційної структури. Робиться висновок, що застосування інструментів внутрішнього PR, дозволяє створити адекватне інформаційне поле і грамотно налагодити весь процес комунікації в компанії.

Ключові слова. Конфліктна взаємодія, незадовільні комунікації, комунікативні бар'єри, внутрішній PR, комунікативні канали.

Аннотация. В статье рассматриваются неудовлетворительные коммуникации как причины конфликтного взаимодействия. Анализируются коммуникативные методы, направленные на преодоление коммуникативных барьеров и достижения взаимопонимания во всех звеньях организационной структуры. Делается вывод, что применение инструментов внутреннего PR, позволяет создать адекватное информационное поле и грамотно наладить весь процесс коммуникации в компании.

Ключевые слова. Конфликтное взаимодействие, неудовлетворительные коммуникации, коммуникативные барьеры, внутренний PR, коммуникативные каналы.

Abstract. The article considers unsatisfactory communications as the causes of conflict interaction. Communicative methods aimed at overcoming communicative barriers and achieving mutual understanding in all parts of the organizational structure are analyzed. It is concluded that the use of

tools of internal PR, allows you to create an adequate information field and correctly establish the entire process of communication in the company.

Keywords. Conflict interaction, unsatisfactory communications, communication barriers, internal PR, communication channels.

Конфликтное взаимодействие неизбежно и существуют при любом проявлении совместной деятельности. Однако, используя определенные технологии, можно предотвратить возникновение конфликта. Для этого необходимо устранить причины возникновения конфликтных ситуаций, которыми могут быть: конфликт интересов, различные разногласия, невыполненные обещания и договоренности, столкновение профессиональных и жизненных позиций, неопределенность и неясность в обязанностях и ответственности неудовлетворительные коммуникации и т.д. Если причиной возникновения конфликтного взаимодействия является недостаток коммуникаций, то оптимальным методов его решения становится разъяснение позиций сторон. Для этого существует множество коммуникативных методов.

Коммуникативные методы основываются на базисном комплексе мероприятий (корпоративные праздники, ежегодные отчетные собрания с объявлением достижений сотрудников и награждением лучших, издание корпоративных СМИ, трансляция success story и т. д.) и многих других, направленных на преодоление коммуникативных барьеров и достижения взаимопонимания во всех звеньях организационной структуры, а в конечном счете выражается в донесении до адресатов нужной информации и получении своевременной обратной связи.

Коммуникативные методы работы с персоналом традиционно относятся к инструментам внутреннего PR, их условно можно разделить на 4 группы:

- информационные (СМИ, сайт, стенды, листовки, сообщения) – создаются, прежде всего, для формирования в компании единого информационного поля;

- аналитические (анонимные почтовые ящики, анкетирование, беседы с отдельными работниками и группами сотрудников, мониторинги) – используются для получения обратной связи от персонала, создания коммуникативного пространства на предприятии, поощрения инициативы, высказывания мнений;

- коммуникативные (корпоративные праздники, адаптационные тренинги, обучение, профессиональные соревнования и т. п.) – применяются для формирования внутреннего положительного имиджа компании, создания у сотрудников ощущения сопричастности к ее деятельности, совместным победам и неудачам;

- организационные (собрания, совещания, выступления руководства, разработка и внедрение корпоративных стандартов и т. п.) – используются для разъяснения позиций начальства, политики и стратегии организации, донесения до персонала информации об ее успехах [1].

Для управления внутренними коммуникациями организации и проведения корпоративных мероприятий нужны налаженные коммуникативные каналы. В теории коммуникации под ними понимают:

- комплекс средств связи между источником и приемником информации – телефонных, радиовещательных, компьютерных и т. д.;

- полоса частот, время передачи и иные эфирные ресурсы, выделяемые в системах связи для передачи сообщений;

- поддержание положительного образа компании в глазах сотрудников;

- налаживание внутренних связей [2].

На сегодняшний день разработано множество классификаций каналов и средств коммуникаций (горизонтальные и вертикальные, формальные и неформальные и т. д.). Наиболее значимые из них:

- телекоммуникационные – телефон, телетайп, телеграф, факсимильный аппарат, видеосвязь, Интернет (электронная почта, ICQ, социальные сети) и т.д;

- межличностные – беседы с сотрудниками, интервью;

- опосредованные – передача информации через документы, корпоративные издания и т. д.

Для эффективного функционирования коммуникативных каналов представителям службы персонала следует:

1. Организовать коммуникативное пространство, в котором сотрудники смогут без опасений высказываться, обмениваться мнениями.

2. Устранить «помехи» в каналах коммуникаций (разрывы в цепи коммуникации, ошибки в построении высказываний, нарушение логики и т. д.).

3. Наладить механизмы и процесс получения руководством обратной связи от персонала с целью анализа эффективности проводимых внутренних мероприятий (собраний, праздников, сессий организационного развития). Информацию можно собирать, используя электронные опросы, а количество и характер полученных оценок станут источником для изучения сложившейся в компании ситуации [3].

Коммуникативными задачами для предотвращения конфликтных ситуаций являются:

1. Трансляция ценностей компании, ее миссии, традиций и норм корпоративного поведения. На welcome-тренинге работник знакомится с кодексом компании, осваивает этику отношения к клиентам, корпоративные традиции и обычаи.

2. Декларирование приемлемого (или неприемлемого) корпоративного поведения, посредством внутренних СМИ, электронной почты, досок объявлений, публичных выступлений.

3. Информирование персонала о событиях, нововведениях, решениях. Как правило, сведения доводятся до коллектива, используя все имеющиеся каналы (доски объявлений, корпоративная пресса, электронная почта, радио, планерки, «летучки», «пятиминутки»).

4. Поддержание позитивного настроя среди работников. Данная задача направлена на подбадривание людей, поддержание у них

хорошего настроя. Это особенно важно в периоды экономического и производственного спада, когда состояние сотрудников нестабильно.

5. Организация корпоративных мероприятий. Внутренние мероприятия при правильной их организации способствуют развитию и укреплению корпоративной культуры, повышают лояльность персонала, поддерживают позитивный настрой у сотрудников.

6. Поддержание теплых (семейных) отношений в компании, формирование комфортного психологического климата.

7. Демонстрация заботы руководства о семьях сотрудников, в частности, их детях.

В заключение, можно сказать о том, что существует целый ряд инструментов внутреннего PR, который позволяет создать комфортную психологическую атмосферу в коллективе, а также создать адекватное информационное поле и грамотно наладить весь процесс коммуникации в компании, включая и ее горизонтальный и вертикальный уровни. Все это позволяет предотвратить возникновение конфликтного взаимодействия или, в случае непредвиденных обстоятельств направить его в нужное русло.

Литература

1. Евстафьева, М. Внутренний PR /М. Евстафьева // Справочник по управлению персоналом. – 2010. - №2. - С. 45-52

2. Беньковская, С. Коммуникации. Главное - вовремя! / С. Беньковская // Справочник по управлению персоналом. – 2012. - №8. - С. 65-71

3. Климов, И. Модернизация системы внутренних коммуникаций / И. Климов // Справочник по управлению персоналом. – 2013. - №1. – С. 57-63

Маргарита Тариелашвили
Тамбовский Государственный Университет им. Г.Р. Державина
Тамбов, Россия

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ МЕДИАРИЛЕЙШЕНЗ С ПРЕССОЙ

В представленной работе рассматривается понятие медиарилейшенз: специфика работы специалистов с прессой. Целью работы является анализир установления контактов по формам медиарилейшенз. Практическая значимость работы состоит в том, что подобные темы, связаны с актуальными проблемами взаимодействия в организациях, а также распространения значимой новостной информации, влияющей на жизнь населения.

Ключевые слова: медиарилейшенз, журналист, компания, средства массовой информации, пресс-секретарь, пресс-служба, пресс-клуб, PR-агенство.

Деятельность по созданию отношений со СМИ (медиарилейшенз) несёт в себе эффективное управление внутренней и внешней информацией, установление дружеских контактов со всеми общественными структурами через массмедиа.

М.В. Гундарин отмечает, что отношения СМИ с медиарилейшнз - это система постоянно возобновляющихся, направленных на создание медийного образа организации, позитивных взаимоотношений между организацией и средствами массовой информации [3;25]. Поэтому так важно правильно устанавливать и поддерживать отношения с журналистами. Если общение с журналистом не получается, то нужно в первую очередь проанализировать, почему не получается, т.е. специалист по медиарилейшнз в большей степени должен искать причины прежде всего в себе, а уже потом ссылаться на журналиста.

В любой ситуации нужно уметь быть готовым к неудаче, но также не всегда все зависит от специалиста по медиарилейшнз, ведь в

процессе публикации информации участвует очень много людей. Поэтому поддерживать контакты с ними может как один человек – пресс-секретарь, так и целая пресс-служба. На помощь компании готовы прийти также пресс-клубы и PR-агентства [5;15].

В сфере бизнеса за работу с журналистами отвечает **пресс-секретарь**. Он обычно подчиняется руководителю пиар-службы компании. В таком случае предприятие проводит единую информационную политику воздействия на общественность: как через средства массовой информации, так и по другим каналам.

В обязанности пресс-секретаря компании обыкновенно входит:

- поддержка баз данных СМИ и журналистов;
- мониторинг СМИ;
- поддержка контактов с журналистами;
- помощь журналистам в сборе информации;
- организация публикаций;
- ведение архива публикаций [5; 31].

Часто пресс-секретарей путают со специалистами по связям с общественностью из-за того, что на небольших предприятиях эти должности могут быть представлены одним лицом. Однако, чем крупнее учреждение или компания, тем сильнее «разведены» в нем специалисты по рекламе, пиар, связям со СМИ. PR-специалисты создают имидж компании, пресс-секретари – вносят в эту работу свой посильный вклад именно по внутренней структуре.

Многие руководители компаний просто недооценивают важность работы с журналистами, поэтому могут назначаться неподходящие работники на эту должность. И тогда пресс-секретарями становятся случайные в «пиар» люди, умеющие, однако, подать себя как специалистов [5; 33]. Или бывшие журналисты, знающие законы прессы, но не знающие законов бизнеса.

Поэтому, можно сказать, что пресс-секретарь должен иметь достаточное образование. Очень часто критерием к приему на работу служит диплом об окончании факультета журналистики. И не редкость, когда из бывших журналистов получаются отличные

специалисты по медиарилейшнз. Сильная черта таких пресс-работников – умение готовить различные тексты, а самое главное – это знание технологии работы СМИ.

Вне зависимости от специализации образования пресс-работника, оно должно быть высшим. Специалисту по медиарилейшнз необходимо обладать широким кругозором и высоким интеллектуальным уровнем. Специалист по медиарилейшнз должен уметь работать как с письменным текстом пресс-релиза, так и с устной речью публичного выступления. Также хороший пресс-работник должен уметь быть своим и в своей компании, и в журналистской среде.

Следующей разновидностью специалистов взаимодействующих с прессой является **пресс-служба** [6; 28].

В большой компании один человек не может справиться с очевидно масштабной работой. Поэтому в крупных организациях сотрудничество с журналистами обеспечивает специальная структура – пресс-служба.

Пресс-служба несёт ответственность за информирование общественности о деятельности организации. В рамках этой работы оказывается содействие журналистам в аккредитации, проводятся мероприятия для прессы (пресс-конференции, брифинги и т. д.), подготавливаются материалы для прессы (пресс-релизы, заявления и т. д.), анализируются опубликованные материалы, обеспечивается обратная связь с прессой. Примером может послужить Администрация г. Тамбова, пресс-служба которой каждый год проводит аккредитацию журналистов разных изданий на такую тематику как: «День победы», «День города», «День российской печати», «День студента» и т.д.

Все крупные органы государственной власти имеют свои пресс-службы. Так, существует пресс-служба Президента Российской Федерации. Это самостоятельное подразделение Администрации Президента РФ. Положение о нем утверждается самим президентом по представлению руководителя Администрации Президента РФ [1; 44].

Функции у всех пресс-служб одинаковы, количественный и качественный штат формируется в зависимости от специфичности и масштабности деятельности.

Пресс-клуб – это организация, которая объединяет определенный круг журналистов с целью оказания профессиональной помощи. Участники пресс-клуба участвуют в информационных мероприятиях, получают аналитические и мониторинговые материалы, обучаются на специальных семинарах, которые организуются обычно для молодых журналистов. Так, например, Финансовый пресс-клуб России (ФПК) – это «общественная некоммерческая организация, объединившая представителей деловой журналистики ведущих центральных и региональных СМИ» [4;37].

Основные цели пресс-клуба:

1. организовать системное освещение задач юридического сообщества, информировать широкую общественность о правовой стороне публичных конфликтов;
2. организовать просветительскую работу по правовым вопросам для журналистов, обеспечить представителей СМИ экспертной правовой оценкой наиболее значимых общественных и политических событий.

Пресс-клуб состоит из трех групп участников:

1. Юристы-члены пресс-клуба:
   - партнёры пресс-клуба;
   - регулярные члены пресс-клуба;
   - гости.
2. Журналисты и СМИ:
   - медиа-партнеры пресс-клуба;
   - журналисты, члены пресс-пула;
   - гости.

Пресс-клуб также может предоставлять свои информационные и технические возможности для пресс-мероприятий, проводимых,

государственными и общественными организациями, коммерческими компаниями [4; 39].

PR-агентство

Нередко специалистам по медиарилейшнз приходится проводить масштабные акции. В ходе их организации собственных сил пресс-службы и даже всей пиар-службы компании может оказаться недостаточно, поэтому предприятия часто пользуются услугами специалистов сторонних структур. Так во многих случаях качественную и масштабную помощь в проведении информационных мероприятий могут оказать специализированные компании, т.е. PR-агентства. Они имеют штат необходимых специалистов, нужные связи в мире СМИ, они интегрированы, как в информационный, так и в рекламный рынок [2; 49].

Найм агентства существенно облегчает работу специалисту по медиарилейшнз. PR-агентство может организовывать как специальные информационные мероприятия, так и общие, как для одного клиента, так и для нескольких различных компаний.

Таким образом, можно сделать вывод, что специфика работы специалистов медиарилейшенз с прессой масштабна, т.к. она заключается не только во взаимодействии с журналистами, но также охватывает и работу с пресс-секретарём, пресс-службой, пресс-клубом и PR-агентствами.

Литература

1. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров.-М.:Экмос, 2003.
2. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз: Пер. с англ.- Ростов н/Д: Феникс, 1998.
3. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз.- М.: Форум-Инфа-М, 2007.
4. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов Я.С., Теория и практика связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2009.

5. Назайкин, А.Н. Медиарилейшенз на 100% // Изд: Альпина Бизнес Букс, 2010.
6. Назайкин А.Н. Тенденции развития рекламы в современных СМИ России // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2010.

Александр Бельский
Могилевский государственный университет
имени А.А. Кулешова,
Могилев, Беларусь

СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Стаття присвячена розгляду трансформації комунікації в інформаційному суспільстві на основі теорій М. Маклюена і Е. Тоффлера.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, комунікація, інформаційне суспільство, Маклюен, Тоффлер.

Статья посвящена рассмотрению трансформации коммуникации в информационном обществе на основе теорий М. Маклюэна и Э. Тоффлера.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, коммуникация, информационное общество, Маклюэн, Тоффлер.

The article is devoted to the transformation of communication in the information society on the basis of theories of M. McLuhan and E. Toffler.

Keywords: information and communication technology, communication, information society, McLuhan, Toffler.

Расширенное использование информационно-коммуникационных технологий, обусловило формирование нового

типа общества, именуемого информационным. М. Кастельс, применяя информационный подход к изучению социума и его подсистем, отметил его влияние на формирование нового типа человека, «человека Интернет-эпохи». Д. Белл, указывает на то, что капитал и труд, выступающие основой индустриального общества, отходят на второй план, уступают место информации и знанию, обмену ими, что составляет основу информационного общества.

Эколог средств коммуникации и теоретик воздействия артефактов как их средств Маршалл Маклюэн, рассматривая развитие цивилизации, выделяет три ее стадии (дописьменная, письменная и современная культуры). Первая из них связана с устными формами коммуникации и имеет своим базисом общинную форму жизни, что накладывает свое воздействие на восприятие и понимание окружающей среды. Вторая имеет своей основой рожденные в промышленных революциях индивидуализм и национализм, завершающиеся «галактикой Гутенберга». Далее следует третья стадия, т.е. современный этап со свойственным ему формированием нового концепта, именуемого исследователем «электронным обществом», «глобальной деревней». Это происходит под воздействием электронных информационно-коммуникационных технологий. В новом обществе бытует многомерное восприятие мира, рассматриваемое им как акустическое пространство.

Средства массовой коммуникации, по своей сути, в обществе должны представлять научный интерес не своим контентом (т.е. содержанием), а сами по себе. М. Маклюэн высказывает идею о том, что средства коммуникации, в образуемом ими поле, влияют на человека и общество сами по себе. Средства массовой коммуникации понимаются исследователем достаточно широко. М. Маклюэн включает в них все от традиционных СМИ, до таких базисных составляющих как письменность и даже само слово, т.е. речь. Близкие средства коммуникации «поддерживают друг друга», примером здесь

может служить увеличение тиражей новостных газет, произошедшее с приходом телевидения.

Говоря о дописьменной коммуникации, исследователь утверждает, что «устное слово драматически захватывает все человеческие чувства, тогда как высоко грамотные письменные люди склонны говорить, как можно более связно и буднично. Чувственное вовлечение, естественное для культур, в которых письменность не является преобладающей формой опыта, проскальзывает иногда в туристических путеводителях» [1,137]. Переходя на этап письменности М. Маклюэн указывает на то, что «и книга, и газета по своему характеру исповедальны. Они создают эффект тайной истории уже самой своей формой, независимо от содержания. Как книжная страница преподносит тайную историю духовных приключений автора, так и газетная страница разглашает внутреннюю историю сообщества, находящегося в действии и взаимодействии. Видимо, именно поэтому пресса наилучшим образом выполняет свою функцию тогда, когда обнажает изнанку» [1,232] Анализируя воздействие телевидения, отмечает то, что «модель телевизионного образа не имеет ничего общего с фильмом и фотографией, за исключением того, что, как и они, предлагает невербальный гештальт, или расположение форм. С появлением телевидения сам зритель становится экраном» [1,357].

Исследователь разделяет совокупность средств массовой коммуникации на две большие группы, которые получили название «горячие» (радио, книги, кино) и «холодные» (речь, телефония, телевидение). Критерием разделения является интенсивность информационного сообщения, а также включенность коммуникантов в процесс передачи информации с прямо пропорциональной зависимостью. Все средства коммуникации «расширяют человека», при этом сами средства не обладают нейтральностью, что следует учитывать. Направленность их, по мнению исследователя, вариативна в зависимости от рассматриваемых эпох и, более того, революционные изменения в истории происходили как раз благодаря развитию средств

коммуникации. Одним из примеров является порождение началом книгопечатания Реформации, со свойственными ей индивидуализмом и национализмом. Рассматривая появление телевидения, можно отметить, что оно повлияло на усиленное развитие того, что передается с помощью визуализации. Уже упоминаемое отсутствие нейтральности средств массовой коммуникации, по мнению М. Маклюэна, создает необходимость изучения скрытых эффектов коммуникации. Рассматривая средство коммуникации как форму, которая имеет влияние сильнее содержания, мы и приходим к одной из ключевых идей исследователя о том, что средство коммуникации представляет собой сообщение. Воздействие средства-сообщения происходит планомерно, с затрагиванием уровня восприятия, который залегает глубже, нежели мнения или рядовые понятия, что позволяет совершать его без видимого сопротивления.

Э. Тоффлер, широко известный введением понятия «футурошок» американский исследователь, характеризует эру информации как приход «третьей волны», в корне изменяющей все структуры общества, в том числе и коммуникации в них, с выводом нового стиля, дезинтеграцией структур, существовавших ранее. Связывая эпоху «первой волны» с аграрной цивилизацией, «второй волны» с индустриальной, а «третьей» с сверхиндустриальной, исследователь четко отмечает, что присущие первым «волнам» такие источники власти как насилие и богатство, просто меркнут перед третьим источником – знанием. Именно знание, способы его обработки, передачи и приема становятся самым многосторонним источником власти, ставящим иные источники в свою зависимость. Знание является достаточно гибким и включает в себя безграничные возможности. Информационный источник власти справедливо рассматривать как самый демократичный источник, но, одновременно с этим, побуждающий к небывалой борьбе за контроль над знанием. Последнее здесь выступает сутью битвы за власть во всех институтах человечества, которую можно назвать информационной войной. Это

обусловлено еще и тем, что все большие объемы данных стали свободно перетекать через национальные границы, а это делает информационную войну телекоммуникационных систем максимально политически насыщенной. Э. Тоффлер отмечает, что «успех начинают достигать те, кто создают средства массовой коммуникации» [2, 46], возникает «софтономика». Все приходит к тому, что и капитал становится информационным, т.е. начинает представлять собой совокупность символов, превращается в символический.

Все виды коммуникации в современном обществе, по мнению исследователя, замыкаются в электронные сети с наличием глобальной. На примере рядовой компании можно отметить, что именно от этой сети зависит вся ее деятельность от счетов и заказов до дистанционного процесса управления производством. Э. Тоффлер приходит к выводу, что когда-то задуманные как административное средство, сегодня объединенные в сети информационные системы все более становятся стратегическим оружием, помогающим компаниям защитить свои рынки, власть и в целом себя, что заставляет их вести контроль за коммуникационными системами. «Все это объясняет неудержимую борьбу за контроль над электронными трассами завтрашнего дня, в которую вступают компании и правительства» [2,143], резюмирует Э. Тоффлер.

Исследователь отмечает, что давнейшей мечтой строительства Всемирной сети являлась простая интегрирующая петля связи, которая пройдет через потребителя к производителю. Одновременно с этим, сами «сети становятся более автоматизированными и экстраразумными, при этом большая часть человеческого участия скрыта от взора и наша зависимость от заранее запрограммированных событий все возрастает» [2,162], подчеркивает Э. Тоффлер. Этот аспект объявляет коммуникацию одной из важнейших целей компьютеризации, при которой жизнь будет простой только до того момента, пока сами компьютеры, так облегчающие нам взаимодействие, не решат установить коммуникацию между собой уже без нас.

Новый динамичный ритм коммуникации рождает стирание границы между частным и общественным, возрастание желания автономии, в виду ощущения различий в сетях составных частей государства, возникновение взрывоопасной и динамичной «мозаичной демократии», действующей по своим правилам. СМИ, в новой глобальной системе масс-медиа, делают существующие различия еще боле глубокими. При этом они теснейшим образом связаны друг с другом. Все происходит настолько быстро, что за изменениями становится просто не поспеть. Коммуникационное поле представляет собой постоянное засекречивание и организованные утечки информации, которые становятся привычной информационной тактикой, где «средства массовой информации сами становятся главным конкурентом поставщикам разведывательных данных» [2,379]. Во всей этой совокупности данных важным является их структурирование, что остро необходимо при поиске и интерпретации.

Литература

1. Маклюэн, Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007. – 464 с.

2. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2004. – 672 с.

Екаетерина Лунева
Воронежский государственный университет
Воронеж, Россия

РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ВРАГА В СМИ

Появление образа врага в СМИ связано с наличием конкретных отношений между державами.

Враждебность – это определенная форма общественных отношений, отличающихся отрицательной реакцией на опасность. Враждебность может длиться много лет и веков. Она может быть разной по временным периодам и по характеру совершенных действий.

В появлении образа врага есть потребность у общества. Оно нуждается в информации о какой-либо угрозе, подготовке к защите от угрозы, в продумывании хода действий во время угрозы, в сплочении.

Отсюда и вытекает, по мнению Л. Гудкова, способность к *мобилизации всех членов сообщества к солидарности и сплочению вокруг власти или группового авторитета, который гарантирует условия* [2].

Рождение образа врага связано с тем, что условия жизни в стране постоянно меняются, и это вызывает панику у населения. Люди пребывают в постоянном страхе, разочаровываются в жизни. Постоянное напряжение объясняется и присутствием мигрантов, и разрывом в доходах, и внешними вызовами, и созданием образа враждебной России за рубежом.

А.С. Белоконева объясняет обращение к механизмам и способам конструирования образа внешнего врага следующим образом: «*Столкнувшись с нестабильностью, деструктивностью, неопределенностью своего будущего, неадаптивностью к рискам, отдельные социальные группы сегодня осознанно и неосознанно конструируют образы внешнего врага, «чужаков», по отношению к*

которым укрепляют свою идентичность, формируют риск-солидарности» [1].

Для возникновения образа врага, необходимы обстоятельства, в которых можно посчитать виноватыми врагов, как представителей группы «чужих». К этим обстоятельствам можно отнести формирование и закрепление представлений об образе конкретного государства как врага, а также о конкретной опасности, которую несет в себе это враждебное государство.

В формировании образов врага важную роль играют стереотипы. В социологическом словаре под «социальным стереотипом понимается *«схематический стандартизированный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально окрашенное и обладающее высокой устойчивостью»*[3].

Стереотип всегда связан с упрощением. Это своего рода краткое изложение, доступное и понятное каждому. По словам Щербаковой, стереотип формируется по окончании какой-либо деятельности. Более того, это финал, влияющий на отношения в сообществе:

«Стереотип – это «итог усвоенной информации, результат ее переработки и обобщенный вывод из нее, они нередко влияют на отношения между нациями, этническими группами и государствами» [см. 4].

В период политических конфликтов, когда люди чувствуют опасность, нуждаясь в защите, еще ярче выражены отличительный черты представителей групп, глав государств. Людьми овладевает страх или ненависть к кому-либо или чему-либо чужому, незнакомому, непривычному. «Незнакомое» является небезопасным, что содействует формированию образа врага. Чужое воспринимается как непонятное, непостижимое, и поэтому опасное и враждебное. Отсюда и вытекает потребность в защите от «врага».

Список литературы

1. Белоконева А. С. Конструирование образа внешнего врага: исследование советских СМИ и официальных документов начала

"холодной войны" (1946-1953 гг.): Дис. ... канд. социол. наук : 23.00.02. - Москва, 2004.- 175 с.
2. Гудков Л. Идеологема «Врага». "Враги" как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции / Л. Гудков // Образ врага / [под ред. Н. Конрадовой]. – Москва: Издательство: ОГИ (Объединенное Гуманитарное Издательство), серия: Нация и культура. Новые исследования, 2005. – С. 7-80.
3. Осипов Г.В. Социологический словарь / Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – Москва: Издательство «Норма», 2008.
4. Щербакова Д.И. Этнические стереотипы в русско-чеченских отношениях: монография / Д.И. Щербакова. - Ростов-на-Дону: Издательство СКНЦ ВШ ЮФУ, 2009. – 248 с.

УДК 316.773.4

Сергій Мельник, Ольга Ткаченко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ДО ПРОБЛЕМИ МЕДІАВПЛИВУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ)

У статті розглядаються особливості медіавпливу в сучасному суспільстві. Автори аналізують фактори формування масової свідомості сучасними мас-медіа на прикладі соціальних мереж.

В статье рассматриваются особенности медиавоздействия в современном обществе. Авторы анализируют факторы формирования массового сознания современными масс-медиа на примере социальных сетей.

In the article the characteristics of modern media are considered. The authors analyze factors of formation of mass consciousness of the modern mass media. The examples of social networking are scrutinized.

Сучасні ЗМІ є одним з найнеобхідніших джерел інформації, вони неоднозначно впливають на розвиток суспільства, допомагаючи знайти власне ставлення та оцінку подій. Питанням функціонування ЗМІ в сучасних умовах приділяли увагу в своїх дослідженнях такі науковці як: Дж. Брайант, С.Томсон, Р.Харріс, М.Н Грачев, Г.П Бакулев, А. В. Мудрик, Г.Почепцов К. М. Хоруженко, В. Т. Шапко, В. А. Шаповалов та ін.

За останні роки все більшого значення набувають засоби масової комунікації як фактор соціалізації дітей і підлітків. Сучасні мас-медіа пропонують підростаючому поколінню широкий спектр альтернативних соціальних норм і ціннісних орієнтацій, є системою неформальної освіти і просвіти. Міжособистісна комунікація витісняється спілкуванням з комп'ютером через Інтернет. При цьому у дітей і підлітків, в силу віку, відсутня критичність до пропонованої інформації. Отримана через Інтернет інформація багатьма не засвоюється і тим більше не «присвоюється», тому що не пропущена через фільтр інтелекту дорослих членів сім'ї або групове спілкування з однолітками [1, 27].

Мережеві медіа можуть служити як інструментом для досягнення найбільшої відкритості та демократичності в суспільстві, так і сприяти дестабілізації ситуації. Блоги, соціальні мережі (Вконтакте, Твіттер, Одноклассники тощо) мають найбільші можливості в цій сфері. Їх використовують як звичайні громадяни для освітлення якої-небудь значущої проблеми або події, так і професійні політики для найкращого висвітлення своєї діяльності або в рамках проведення виборчих кампаній. Так само Мережеві медіа можуть виступати як інструмент мобілізації мас і координації протестних рухів.

За останні роки соціальні мережі набули великої популярності в усьому світі. І вони, перетворившись нові форми сучасних мас-медіа, виконують такі ж самі функції, як й традиційні ЗМІ:

- ідеологічну;

- культурноформуючу;
- рекламно-довідкову;
- рекреативну [2, 73 – 77].

За статистикою для того щоб отримати 50 мільйонів користувачів:

– радіо знадобилось 38 років,

– телебаченню 13 років,

– Інтернету 4 роки,

– facebook більше 200 млн. користувачів менше, ніж за рік,

– Вконтакте більше 100 млн. користувачів за 1 місяць [3].

У вересні 2014 року було проведено емпіричне дослідження. Анкетування пройшло 450 осіб, що користуються соціальними мережами [4, 24].

Більшість молодих людей зареєстровані на таких соціальних сайтах, як Facebook (20,4%), Twitter (29,4) Instagram (32,3%). У 2014 року саме Instagram став найбільш швидкозростаючою мережею за кількістю користувачів (приріст +23%; для порівняння – Twitter +2%, Facebook, Вконтакте, Одноклассники – негативна динаміка). До кінця 2014 року загальна кількість акаунтів в Instagram налічувало понад 300 мільйонів. При цьому щодня розміщувалося 70 млн. нових фотографій, а загальне число завантажених зображень перевищило 30 мільярдів) [5, 54].

Згідно з опитуванням маркетингової компанії AWeber американських школярів та студентів, 90% підлітків постійно проводять час у Facebook (рідше – Email), часто використовуючи для цього і стільникові телефони [6]. Молоді люди заходять у соціальні мережі, щойно прокинувшись зранку. Вони перебувають там дорогою на навчання (чи повертаючись додому), у школі, не можуть відірватися від он-лайн спілкування навіть на відпочинку. 18% опитуваних підлітків заявили, що взагалі перестануть спілкуватися, коли раптом зникнуть соціальні мережі.

Спираючись на дані сервісу «Медиаметрика», було проаналізовано, які теми в суспільно-політичних ЗМІ цікавлять

читачів [7]. Це можна визначити за лічильником кількості переходів по посиланнях з соцмереж до ЗМІ. Було розглянуто понад 500 постів за листопад 2015(див. Рис. 1) року.

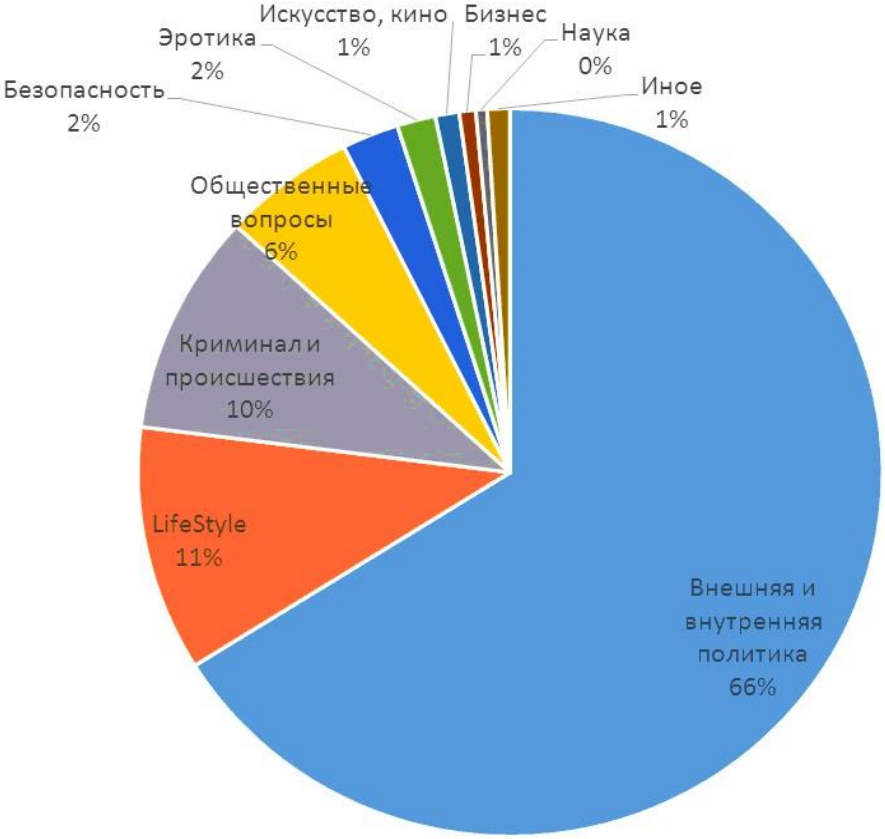


Рис. 1 Теми, що цікавлять користувачів соц. мереж

ЗМІ здатні «конструювати» уявлення про реальну дійсність так, як їм це буде краще. ЗМІ здатні формувати думку масової аудиторії щодо тієї чи іншої події, задавати нові стандарти і переваги.

Г. Шиллер у своїй відомій книзі «Маніпулятори свідомістю» виділив п'ять міфів, створення і підтримання яких забезпечує міцний фундамент для реалізації маніпулятивних технологій: міф про плюралізм засобів масової інформації (не дивлячись на існування різних ЗМІ, їх різноманіття це всього лише ілюзія. Насправді всі ЗМІ взаємопов'язані і контролюються невеликою групою людей); міф про незмінну природу людини (ЗМІ активно нав'язують точку зору про те, що агресія і конфліктність закладені в самій людській природі. Це дозволяє виправдовувати застосування сили для вирішення

конфліктних ситуацій в суспільстві); міф про відсутність соціальних конфліктів (конфлікт постає як щось індивідуальне); міф про нейтралітет основних політичних і громадських інститутів (для найбільшого успіху маніпуляції необхідно створити фіктивну реальність, де вона не буде помітна. Люди повинні вірити в непогрішність основних інститутів влади); міф про індивідуалізм і вільний вибір (основою свободи, в західному розумінні, є наявність у людини індивідуального вибору. Концепція індивідуалізму дозволяє, з одного боку, оберігати право приватної власності на засоби виробництва, а з іншого, виступає гарантом індивідуального стану) [8, 24]. Виділяючи ці основні напрямки, покликані замаскувати справжні цілі маніпуляторів, Г. Шиллер наочно показав, як ЗМІ здатні ефективно маніпулювати суспільною свідомістю.

Таким чином, в сучасному світі засоби масової інформації є не тільки інструментом медіавпливу, а й стають найважливішим політичним інститутом суспільства, який транслюючи інформацію, одночасно формує суспільну свідомість. ЗМІ відіграють основну роль у формуванні та виконанні завдань політики, тому дана тенденція дозволяє визначити ЗМІ в якості системоутворюючого елемента політичного процесу, де вони виконують функцію управління суспільною свідомістю.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Бакулев, Г.П.* Компьютерные коммуникации: расшатывание основ/Г.П. Бакулев [Текст]// Вестник электронных и печатных СМИ. – 2008. –№8(2). – С.27 – 29.

2. *Прохоров, В. П.* Введение в теорию журналистики / В. П. Прохоров [Текст]. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 367 с.

3. *Користування* Соціальними мережами – [Електронний ресурс] – режим доступу: http:/ / popular-journal.ru/socialnye-seti-zlo-interneta / – (дата звернення 11.05.2016).

4. *Розенков, Е.* Психика и реалити-телевидение [Текст]// Психиатрия и психотерапия. – № 3. – 2006. – С. 23-26.

5. *Бойцова, О. Ю.* Любительские фото: визуальная культура повседневности. – СПб.,2013. – 265с.

6. *Соціальні мережі*: співвідношення позитиву і негативу? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.//gazeta.dt.ua./family/socialni-merezhi-spivvidnoshennya-pozitivu-i-negativu.html/ – (дата звернення 11.05.2016).

7. *Аналіз* зацікавленості суспільно – політичними ЗМІ у читачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mediametrics.ru/ – (дата звернення 11.05.2016).

8. *Шиллер, Г.* Манипуляторы сознание / Г. Шиллер [Текст]. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.

Валентина Кубко, Вікторія Вражитор
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

КОМУНІКАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ

Розглядається комунікація як важлива складова процесу прийняття рішень та управління персоналом. Звернено увагу використання інформації у процесі комунікації та проблеми управління інформаційними потоками.

Ключові слова: *комунікація, інформація, прийняття рішень, управління, менеджмент.*

Рассматривается коммуникация как важная составляющая процесса принятия решений и управления персоналом. Обращено внимание на использование информации в процессе коммуникации и проблемы управления информационными потоками.

Ключевые слова: *коммуникация, информация, принятие решений, управление, менеджмент.*

Communication is considered as an important component of decision-making and personnel management. Attention is drawn to the use of information in the communication process and the problem of managing information flows.

Key words: *communication, information, decision-making, management, management.*

Кожна людина в своєму житті змушена приймати велику кількість різноманітних рішень, час від часу доводиться вирішувати якісь проблеми, прагнути досягти якихось цілей, вирішувати якісь завдання або виконувати конкретні роботи. Багато з цих питань можна вирішити самостійно, однак частіше власних здібностей і можливостей бракує, тож доводиться вступати в стосунки з іншими людьми, домовлятися про спільні зусилля і розподіл обов'язків, вдаватися до використання техніки, різноманітних ресурсів [1; 20].

На сьогоднішній день відсутня єдина думка про час виникнення управління, і пов'язано це, перш за все з тим, що окремі дослідники, говорячи про історію управління, плутають такі поняття, як «управління» і «організація». Хоча ці два поняття нерозривно пов'язані, між ними є істотні відмінності. Організація є більш давнім феноменом ніж управління і, по суті, є основою останнього [3; 29].

Для вивчення розвитку практики управління в найбільшій мірі підходить система, розроблена Е.А. Уткіним. Він відносить виникнення управління до 5 тисячоліття до наший ери і виділяє в історії його розвитку п'ять періодів, початок яких пов'язаний з п'ятьма управлінськими революціями [3; 31].

Упродовж останнього сторіччя теорія і практика управління у світі розвивалися високими темпами, спираючись на підґрунтя, що було створено школами класичного і наукового менеджменту, які представлені працями таких науковців, як Ф.Тейлор, Г.Гантт, Френк і Лілан Гілберт, Я.Гамільтон, Г.Грайкунас, Дж.Муні, А.Рейлі, Г.Форд, Г.Емерсон, А.Файоль, Л.Урвік, А.І.Гастєв, П.М.Керженцев, М.А.Вітке, О.О.Єрманський, О.Ф.Розмирович та ін. [5; 8].

Управління в організації здійснюється через людей, а інформація є найважливішим інструментом управління в руках вмілого менеджера. Використовуючи і передаючи цю інформацію, а також отримуючи зворотні сигнали, він організовує, керує і мотивує підлеглих. Багато менеджерів розуміють важливість цієї проблеми і приділяють цьому велику увагу.

В процесі комунікації інформація передається від одного суб'єкта іншому. Суб'єктами можуть виступати окремі особистості, групи і навіть цілі організації. У першому випадку комунікація носить міжособистісний характер і здійснюється шляхом передачі ідей, фактів, думок, натяків, відчуттів або сприйнять, відчуттів і відносин від однієї особи іншій в усній або будь-якої іншої формі (письмово, жести, поза, тон голосу і т.п.) з метою отримання у відповідь бажаної реакції.

Термін «комунікація» походить від латинського «communis», що означає «загальне»: передає інформацію намагається установити «спільність» з отримувачем інформацію. Звідси комунікація може бути визначена як передача не просто інформації, а значення або сенсу за допомогою символів [2; 389].

У системах виробничої і невиробничої сфер комунікації виникають:

1. Між організацією і зовнішнім середовищем. Аби спілкуватися з навколишнім середовищем організації користуються різноманітними засобами комунікації. Наприклад, за допомогою реклами зв'язок здійснюється з існуючими та потенційними клієнтами; за допомогою створеного іміджу та правильному піару складаються відносини з громадськістю та партнерами. Через подання бухгалтерської, статистичної та інших звітностей відбувається комунікація з державою. Здійснюються також комунікації з виробниками товарів, банками, страховими, транспортними організаціями тощо.

2. Комунікації між рівнями, підрозділами та працівниками організації. Комунікації можуть здійснюватися:

- з рівня на рівень (вертикальні комунікації);

- від нижчих рівнів до вищих (у формі звітів, пропозицій, рапортів, доповідних і пояснювальних записок, скарг, заяв, клопотань тощо);
- між різними підрозділами (відділами, цехами);
- між менеджером (керівником) і його робочою групою (апаратом, командою);
- через неформальні комунікації. Канали неформальних комунікацій часто називають каналами чуток, пліток, оскільки джерело інформації часто невідоме.

Чутки є досить важливим каналом комунікації та розповсюдженням інформації, вони, як правило, стосуються важливих для певної соціальної групи чи людини явищ, торкаються актуальних для них потреб та інтересів. Досить часто дезінформацію або правдиві «чутки» розповсюджує саме керівництво для маніпулювання працівниками. Наприклад, керівник дає спеціально витік інформації про майбутнє рішення, дізнається про реакцію. Якщо вона позитивна, то він приймає це рішення [4; 200-201].

Управління інформаційними потоками займає значне місце в системі розвитку й удосконалення організації, адже дуже часто керівники не можуть повною мірок контролювати всі ці потоки. Некеровану сферу комунікативного простору організації можна поступово трансформувати в керовану за допомогою правильно налагоджених каналів зворотного зв’язку, тобто поступання інформації до керівника про певні проблеми в комунікативному просторі та критичні ситуації у підрозділах. [3; 210].

У сучасному суспільстві однією з ключових проблем є комунікації. Комунікації займають центральне місце серед усіх організаційних, оскільки лежать в основі життєдіяльності організації. В організаціях бракує розуміння того, що комунікації це не просто обмін інформацією, а динамічний міжособистісний процес обміну поведінкою. [2; 388]. Персонал організації об'єктивно потребує в тому, щоб його дії організовувалися, узгоджувалися, координувалися, а спільні зусилля спрямовувалися на досягнення мети. Основна мета

управління полягає в тому, щоб забезпечити максимальну ефективність діяльності підприємств, фірм, організацій.

Список використаних джерел

1. Балдин К. В. Управленческие решения: учебник / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б Уткин. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 496 с.
2. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд. стереотипн. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2014. – 576с.
3. Карлова О.А. Основи менеджменту: навч. Посібник / О.А. Карлова – Харків: ХНАМГ, 2008. – 314 с.
4. Скібіцька Л.І. Менеджмент: навчальний посібник / Л.І. Скібіцька, О.М. Скібіцький – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 416 с.
5. Державне управління: підручник: у 2 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк, К. О. Ващенко, Ю. П. Сурмін [та ін.]. – К. ; Дніпропетровськ : НАДУ, 2012. – 564 с.

Алексей Довгань
Национальная академия руководящих кадров
культуры и искусств,
Киев, Украина

СОЦИАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ В БИБЛИОТЕЧНОМ ДЕЛЕ

Анотація. У статті розглянуто особливості феномену соціальної ідентифікації в бібліотечній справі, проаналізовано специфіку його (феномену) функціонування в контексті діяльності сучасної бібліотеки.

Ключові слова: бібліотеки, ідентифікація, соціальна ідентифікація, ідентичність, користувачі бібліотек.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности феномена социальной идентификации в библиотечном деле, проанализирована специфика его (феномена) функционирование в контексте деятельности современной библиотеки.

Ключевые слова: библиотеки, идентификация, социальная идентификация, идентичность, пользователи библиотек.

Resume. The article describes the features of the phenomenon of social identification in library science, analyzed the specifics of it (the phenomenon) functioning in the context of a modern library.

Key words: library, identification, social identification, identity, users of libraries.

Постановка проблемы. Одной из корневых особенностей человеческого организма в целом, и его психики в частности, является потребность во взаимодействии, вследствие необходимости соотнесения *Я* и *Другого/Других*. Последнее связано с тем, что *Я* проецирует себя в *интерсубъективный* (то есть знаменующий особую общность между познающими субъектами) *горизонт* жизненного мира, получая «гарантию» своей идентичности (*Я*) от *Другого/Других*, вменяющих ей ответственность, суть которой в том, чтобы находится

в постоянной незавершенности, открытости этой идентичности в будущее, постоянном «конструировании *Я*» из иллюзий, проверяющееся в интерпространстве [3, 71] (надпространстве).

В этом контексте любопытной нам кажется судьба социальных институтов, в частности – библиотеки как одного из них: так, социальная природа последних является бесспорной по причине кооперированности их формирования, а также общественной природы деятельности оных.

В таком свете библиотека представляется не просто информационным средоточием, но аналитико-синтетическим и, в какой-то мере, методическим центром, роль которого в современном мире в координации и кооперации человеческих особей в гносеологическом и онтологическом пространствах. Если с первым (гносеологией – теорией познания) все понятно, поскольку одной из базисных функций библиотеки является помощь в нахождении, реферировании, анализе и прочем необходимой информации. То со вторым (онтологией – метафизическом учении о бытии) не все так однозначно: это связано с тем, что, по-нашему мнению, современная библиотека не только ориентирует своих пользователей в громадной количестве информационных битов, но и особым образом социализирует их, как бы внедряя в социокультурный дискурс того сообщества, в котором последние бытуют.

Это происходит посредством модификации восприятия пользователей с помощью наличествующих и доступных для упомянутых учреждений данных (собственные фонды, фонды других библиотек, множество репозитариев, электронных библиотек и тому подобного). Таким образом, вся деятельность современной библиотеки в философском значении может рассматриваться как таковая, которая препятствует утрате «смыслоценного отношения» к окружающему миру, собственному *Я*, посредством снижения обострения проблемы личностного выбора и меры персональной ответственности, столь характерных для современного общества [1, 8].

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема идентичности сохраняет свою актуальность в междисциплинарном дискурсе социально-гуманитарного знания достаточно продолжительное время. Понятие «идентичность» оказалось широко востребованным в различных гуманитарных науках таких, как философия социология, психология, культурная и социальная антропология, культурология, этология, в гендерных и политических науках [1, 7], а также лингвистике, библиотечном деле и других. Так, необходимо отметить исследования таких ученых как: В. Агеев, Г. Андреева, П. Бергер, Г. Брейкуэлл, Э. Гидденс, У. Дойс, Л. Дробижева, М. Крылов, В. Литовка, Т. Лукман, Г. Миненков, В. Муха, К. Патырбаева, Г. Селеткова, О. Симонова, Г. Тэджфел, А. Шарофостов, Э. Эриксон, В. Ядова и других.

Формулирование целей доклада (постановка задания). *Целью* доклада является рассмотрение особенностей феномена социальной идентификации в библиотечном деле. *Предметом* – специфика его (феномена) функционирования в контексте деятельности современной библиотеки.

Изложение основного материала. *Идентификация* – это процесс взаимодействия и категоризации опосредствованных и непосредственных межличностных, межгрупповых взаимоотношений, при стремлении «атрибутировать» себя, объяснить свое поведение [3, 74]. В этом контексте отметим, что изложенная выше идея поддержки «смыслоценного отношения» библиотечным институтом сравнительно мало распространена в обществе: в первую очередь это связано с тем, что последний представляется исключительно с прагматической стороны. (К сожалению, это особенно характерно для вузовских библиотек, руководство которых зачастую рассматривает эти подразделения как источники заполнения стандартных университетских лакун (пропусков, пробелов): выдачи учебной литературы, наличия/создания репозитория, электронного каталога и тому подобного.) Таким образом, подходя к библиотекам как к источникам удовлетворения потребностей малой группы –

университетского сообщества, администрация учебного заведения рассматривает последние с позиций функционала, необходимого, к примеру, для того, чтобы пройти успешно переаттестацию учреждения и тому подобного. При этом теряется столь важная для нашей сферы специфика социологического подхода, состоящая в концентрации внимания преимущественно на рассмотрении того, как социальные институты (в частности – библиотека), почему именно они (она), а не другие (другая), оказывают наибольшее влияние на самоопределение личности и каковы последствия наличия или отсутствия процесса идентификации [3, 71].

Так, в большинстве определений здоровья, в том числе психического, подчеркивается, что здоровье – это не столько отсутствие благополучия, не столько отсутствие симптомов, то есть это не только норма, а это еще что-то. Если выделить главный критерий здоровья согласно базовому определению, которое встречается в литературе, то это норма, где есть какая-то добавка – добавка не в виде симптомов, а в виде, условно говоря, позитива: творческого отношения к действительности, трансформации действительности, активной жизненной позиции и активного деяния, и прочего в реальности [2], что возможно благодаря правильно выстроенному процессу социальной идентификации. Прежде всего, это связано с тем, что успешность упомянутого процесса знаменует собой *корректное социальное взаимодействие*, социальность бытия индивидуальности, выстраиваемого, частично, благодаря верной деятельности социальных институтов, одним из которых является современная библиотека как центр человеческой коммуникации. Библиотека, благодаря такому подходу, рассматривается с позиций элемента, способствующего идентификации своего пользователя. Последнее, как известно, приводит к успешной социализации, делая его (человека, пользователя) готовым принять социальные нормы и выполнять социальные роли [3, 71], внедряя в сообщество здоровый сегмент, тем

самым обновляя его, создавая условия для открытости последнего будущему.

При этом важно отметить, что идентичность часто рассматривается как проявление гомеостаза (способности системы сохранять относительно динамичное постоянство своей структуры, устойчивость основных свойств и функций (за счет активизации механизмов приспособления к внешней среде)). Однако же с позиций социологии и библиотечного дела идентичность, по-нашему мнению, необходимо рассматривать как открытую систему, становление которой – вопрос динамики изменений ее компонентов, а не статика, проявляющаяся в догматичности структуры [3, 74].

Выводы. Таким образом, социальная идентификация обусловлена потребностями и в принадлежности к группе, и в признании со стороны других, и в групповой защите, и в самоуважении, самореализации, позитивной оценке со стороны «*Других*» – референтных групп [3, 75], которой становится библиотечный институт в наше время. Последнее связано с тем, что коммуникация в последнем определяется символьными значениями, позволяя усваивать ценности, нормы, образцы, идеалы, стереотипы, модели поведения «обобщенных *Других*» и «значимых *Других*» через источники информации, доступ к которым обеспечивает процесс общения с библиотечным специалистом.

Литература

1. Патырбаева К. В. Идентичность : социально-психологические и социально-философские аспекты : коллективная монография / К. В. Патырбаева, В. В. Козлов, Е. Ю. Мазур и др.; науч. ред. К. В. Патырбаева; Перм. гос. нац. иссл. ун-т. – Пермь, 2012. – 250 с.

2. Плужников И. Критерии психического здоровья : [электронный ресурс] / И. Плужников // ПостНаука. – Электрон. данные. – Режим доступа: https://postnauka.ru/video/71440. – Название с экрана.

3. Селеткова Г. И. Социальная идентификация в социогуманитарном дискурсе / Г. И. Селеткова // Вестник Персмкого

национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2013. – № 19. – С. 69–80. – Библиогр.: 29 назв.

Наталья Литвинова
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова,
Москва, Россия

ОСОБЕННОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ РАССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

Рассматривая и изучая зарубежные расследовательские ресурсы, автор создает классификацию ресурсов. В статье описаны типологические особенности сайтов, посвященных журналистским расследованиям. По убеждению автора журналистские расследования в интернете становятся все более перспективным и важным видом журналистского творчества, привлекающим к себе все большее число современных журналистов.

Ключевые слова: *журналистское расследование, актуальность, инвестигейтор, достоверность.*

Considering and studying foreign investigative resources, the author creates a classification of resources. This article describes the typological features of websites dedicated to investigative journalism. On belief of the author of investigative journalism on the Internet are becoming more promising and important kind of journalistic creativity, attracts a growing number of today's journalists.

Keywords: *investigative journalism, relevance, Investigator, credibility.*

По данным последнего пресс-релиза Международного союза электросвязи (МСЭ) от 22.07.2016[1], количество пользователей интернета в мире составляет 3,5 миллиарда человек. Большинство пользователей приходится на развивающиеся страны – в них насчитывается 2,5 миллиарда пользователей, в развитых странах – 1 миллиард. По отчету ООН, численность мирового населения в 2015 году достигла 7,3 миллиарда.

По численности интернет-аудитории лидирующая позиция у Китая. По состоянию на начало 2016 года, количество интернет-пользователей в Китае составило 688 млн чел. (всё население КНР - 1 285 млн чел.).

Топ - 10 стран по числу пользователей интернета: Китай - 710 млн, Индия - 350 млн, США - 277 млн, Япония - 110 млн, Бразилия - 110 млн, Россия - 87,5 млн, Германия - 72 млн, Индонезия - 71 млн, Нигерия - 70 млн, Мексика - 59 млн (в отношении Китая по данным Информационного центра сети Интернет Китая (CNNIC)[2]; Индии - Internet and Mobile Association of India (IAMAI)[3] и KPMG[4]; в отношении других стран по данным Internetworldstats.com[5]).

По данным МСЭ, проникновение интернета в Европе достигло 75% − самого высокого уровня в мире, в Северной и Южной Америке - 66%, в странах Азиатско-Тихоокеанского региона - 45%, в Африке почти 20%.

Что касается инвестигейтерства (от англ. To investigate - расследовать), зародившегося в Америке, уходит оно корнями в творчество наиболее социально ответственных журналистов и писателей этой страны. Одним из них был Сэмюэл Клеменс (1835-1910), поначалу работавший на страницах газеты «Territorial Enterprise» под псевдонимом Марк Твен. Впервые мотивы

[1] Пресс-релиз МСЭ от 22.07.2016 года - http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2016/pdf/30-ru.pdf (дата обращения 12.09.2016)
[2] Информационный центр сети Интернет Китая (CNNIC) https://cnnic.com.cn/ (дата обращения13.09.2016)
[3] Internet and Mobile Association of India (IAMAI) http://www.iamai.in/ (дата обращения13.09.2016)
[4] KPMG - https://home.kpmg.com/ru/ru/home.html (дата обращения 14.09.2016)
[5] Internet World Stats - http://www.internetworldstats.com/ (дата обращения 14.09.2016)

инвестигейтерства проявились в его книге «Налегке» (1872). В этой книге повествование идет от первого лица, а автор выступает участником событий. Расследование занимает значительную часть произведения и посвящено оно изучению истоков «серебряной лихорадки» в Неваде, а также махинациям местных предпринимателей.

Заложение Марком Твеном основы расследовательской журналистики получили дальнейшее развитие в творчестве многих других авторов. В результате бурного роста экономики в тот период появляются массовые популярные журналы, в том числе издание Бенжамина О. Флауэра - «The Arena».

«Арена» совершала попытки привлечь внимание к таким проблемам, как монополизация, коррупция, беззаконие и т.д.

Наряду с «Ареной» площадью для журналистов, представителей расследовательского направления, были массовые журналы «Cosmopolitan», «Collier`s», «Success», «Everybody's» и др. Писали они на самые разные темы. «Collier`s», например, вели ожесточенную борьбу с произволом в сфере медецины. В 1909 году это же издание выступает против спекуляций правительством природными ресурсами Аляски. Журнал «Success» начал печатать роман Эптона Синклера «Джунгли» об ужасающих условиях труда на скотобойнях в Чикаго. В 1905 году в «Everybody's» появляется серия статей Ч. Э. Рассела под названием «Величайший мир трест» о том, как бизнес-воротилы наживаются на бедняках. «Cosmopolitan» в марте 1906 года публикует нашумевшую статью Филлипса «Измена сената», вскрывшую тайные пружины американской политической системы. На страницах журнала «Hamptons» большое внимание уделили вопросу о женском равноправии, в числе выступивших по этому поводу, была Рита Чайлд Дорр (американская журналистка, писательница, была убежденной феминисткой и борцом за эмансипацию женщин – прим.), взбудоражившая своей статьей не только женскую, но мужскую часть населения страны.

Движение этих расследователей оказала огромное влияние на дальнейшее развитие журналистики, как в Америке, так и в других странах. В учебнике Тертычного А.А. «Расследовательская журналистика» приводится очень точная формулировка газеты «Совершенно секретно», касательно инвестигейтерства в Соединенных Штатах:

«В США печать рассказывает практически обо всех важных событиях, преступлениях, аферах и тому подобном, несмотря на стремление людей, в них замешанных, сохранить все в тайне»[6].

Подобное можно сказать о расследовательской журналистике Германии и ряда других стран.

Тертычный А.А. дает следующую классификацию расследовательских интернет-ресурсов:

- в Интернет-изданиях, которые не специализируются непосредственно на расследовательской журналистике, но не отказываются от публикации расследований на своем web-пространстве;
- на специальных расследовательских сайтах[7].

Зарубежные расследовательские веб-ресурсы существуют по такому же принципу, рассмотрим те, которые специализируются на журналистских расследования.

Интернет-сайт, посвященный журналистскому расследованию «Поиск фактов»[8]. Фактически это русский перевод немецкого учебника под названием: «Расследовательская журналистика: стратегии расследования-источники-информаторы». Практически же, это полезный для начинающего журналиста-расследователя ресурс. На нем можно найти как практические советы по подготовке расследования, так и полезные ссылки на русские и немецкие сайты. Также, на сайте публикуют и готовые журналистские расследования,

[6] Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002. - 128 с.
[7] Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002. - 185 с.
[8] Ресурс «Поиск фактов» // http://poiskfaktov.anstageslicht.de/ (дата обращения 08.01.2016 г.)

хоть и не в большом количестве. Этот факт позволяет внести данный ресурс в этот список.

«IRE – Investigative Reporters and Editors»[9], располагается по адресу www.ire.org.

Данный ресурс очень важен для всех журналистов, и для журналистов-расследователей в частности, так как не только является новостным порталом и публикует результаты журналистских расследований, но и занимается подготовкой специалистов в данной области.

Данная организация была создана в 1975 году, первое собрание прошло тогда же в Индианаполисе, где присутствовали более 300 репортеров из ведущих американских изданий.

Вот какие задачи ставит перед собой ресурс www.ire.org:

1. Обеспечение подготовки кадров, ресурсов и поддержки журналистам-расследователям
2. Соблюдение высоких профессиональных стандартов
3. Защита прав журналистов-расследователей
4. Обеспечение будущего «IRE»

На сайте можно найти качественные материалы журналистских расследований, созданных по всем канонам данного жанра. Авторы расследований именитые журналисты, преимущественно американские, такие как Сара Хатчинс (Sarah Hutchins), Алисон Прэнг (Allison Prang) и Крис Халсн (Chris Halsne).

Еще одним серьезным расследовательским ресурсом является «ICIJ – International Consortium of Investigative Journalism»[10] («Международный консорциум журналистов-расследователей»). Данный ресурс это глобальная сеть из 185 журналистов-расследователей из более чем 65 стран. Основан сайт в 1997 году, уважаемым американским журналистом Чаком Льюисом (Chuck Lewis).

[9] «IRE – Investigative Reporters and Editors» // www.ire.org/ (дата обращения 08.01.2016 г.)
[10] «ICIJ – International Consortium of Investigative Journalism» // www.icij.org /(дата обращения 08.01.2016 г.)

Интересный «расследовательский феномен» - «Архив инициативных расследований и репортажей[11]». Данный ресурс был создан Гамбургским Университетом прикладных наук (HAW – Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg) с целью размещения на нем публикаций и научных работ студентов. Создание такого рода площадки связано с тем, что важной частью обучения в Университете прикладных наук является непрерывная связь обучения и исследования.

В оригинале сайт имеет название «На дневной свет» (нем. – ans Tageslicht). Отсюда и адрес сайта для живущих в Германии или людей владеющих немецким языком – ansTageslicht.de, для русскоговорящего населения – vsvet.org. Для англоязычного населения создана страница in2public.org. Все эти страницы – поддомены одного ресурса. Эти разделения обусловлены как технической стороной ведения и продвижения сайта, так и тем, что со временем сайт становится международным, а значит, журналистам из разных стран необходим одинаково удобный доступ к контенту.

Сайт, созданный как площадка для публикации студенческих работ, со временем стал набирать обороты и завоевал доверие не только студентов и преподавателей Университета, но и читателей за его пределами. Все материалы, которые публикуются на сайте являются проверенной информацией, зачастую подкрепленной документами. Именно за серьезный подход к делу, отсутствие клеветы, слухов и домыслов ресурс стал пользоваться уважением у аудитории.

Немалая доля правды в известной поговорке «Журналиста ноги кормят», интернет призван на помощь труженикам пера и этим ресурсом необходимо пользоваться. Но стоит помнить, что надо уметь правильно использовать информацию добытую из «всемирной паутины».

[11] «Архив инициативных расследований и репортажей» // www.vsvet.org ; www.ansTageslicht.de; www.in2public.org / (дата обращения 08.01.2016 г.)

Марія Слюсаренко
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Одеса, Україна

ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ВИДАННЯ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ГОЛОС НАРОДУ»)

У статті проаналізовано особливості художньо-технічного оформлення регіональної газети «Голос народу». Закцентовано увагу на декоративних і зображальних елементах, специфіці верстки тощо.

Ключові слова: газета, верстка, художньо-технічне оформлення, фотографія, шпальта.

В статье проанализированы особенности художественно-технического оформления региональной газеты «Голос народа». Сделан акцент на декоративных и изобразительных элементах, специфике верстки.

Ключевые слова: газета, верстка, художественно-техническое оформление, фотография, полоса.

The article analyzes the features of art and technical design of the regional newspaper "Voice of the people". The emphasis on the decorative and visual elements, the specifics of the layout.

Key words: newspaper, publishing, art and technical design, picture, stripe.

Художньо-технічне редагування охоплює всі види роботи, пов’язані з перетворенням змісту інформації в графічну форму з урахуванням нормативних документів та правил дизайну і верстки. Художній редактор розробляє проект оформлення, композицію, стежить за графічно-стильовими елементами видання, а технічний редактор задумане оформлення шляхом умовних знаків і позначень перекладає на мову, зрозумілу працівникам поліграфічного підприємства [3].

Об’єктом цієї статті є районне видання «Голос народу», предметом – художньо-технічне оформлення газети. Мета статті – окреслити сильні й слабкі сторони газети за останні роки, закцентувати увагу на сильних і слабких сторонах дизайну й верстки, запропонувати шляхи вдосконалення видання.

Кожний вид друкованої продукції має свої художньо-технічні правила оформлення. Тому доречно зазначити, що ми розглянемо особливості саме газетних видань.

Отже, в межах цієї статті потрібно зосередити увагу на такому понятті, як «елемент оформлення». Класифікація елементів газети базується на визначенні «елемента» у загальному розумінні (складова частина чого-небудь, деталь, риса, аспект і т. д.) і переноситься у видавничу галузь. При цьому, поняття «елемент оформлення» трактується як:

- засіб передачі інформації;
- специфічні графічні параметри;
- роль у формуванні зв’язків.

За засобами передачі інформації елементи оформлення поділяються на дві групи: набірні та клішовані. Критерієм того, до якої групи належить той чи інший елемент, є характер інформації (текстова чи зображальна). Тому до набірних відносяться шрифтові та пробільні елементи, а до клішованих – зображення та декоративні елементи. Графічні параметри відображені в розмірах, накресленні, просторових ознаках, універсальності призначення. А в сукупності елементи оформлення газети вступають у певні зв’язки між собою, що дозволяє впорядкувати різні матеріали й надати цілісності як окремій газетній сторінці, так і виданню в цілому [2].

Спробуємо коротко охарактеризувати роль кожної групи елементів оформлення газети «Голос народу» (це газета районного значення, яка видається в місті Чортків Тернопільської області, тижневик, виходить щоп’ятниці; реєстраційне свідоцтво ТР № 355 від 31.05.2004; видання має електронну версію на офіційному сайті районної ради; формат видання – А3, друк – чорно-білий та

повноколірний; друкується на газетному папері виробництва Солікамського целюлозно-паперового комбінату (Російська Федерація); щільність паперу – 45 г/м^2. Кількість газетних шпальт варіюється від 8 до 12, залежно від обсягу інформації).

Велике значення в архітектоніці видання має «повітря», тобто пробільні елементи. В усіх періодичних виданнях присутні такі види пробілів, як міжлітерні, міжслівні, міжрядкові, міжколонкові та інші. Вони відіграють важливу роль, оскільки пожвавлюють композицію видання і сприяють візуальній відокремленості одних елементів від інших.

До декоративних елементів належать лінійки, повні або неповні рамки; різноманітні фігурні позначки; плашки, підкладки тощо. Ці елементи надають особливих рис оформленню того чи іншого видання. Їх відсутність погіршує орієнтацію читача на сторінках газети, розмиває межі між матеріалами, послаблює деякі акценти, але не змінює зміст.

Зображальні елементи присутні в будь-якій газеті й значною мірою відрізняються від книжкових ілюстрацій. Це пов’язано з тим, що вони одночасно є елементом оформлення та підсистемою, тобто окремою публікацією, самостійним інформаційним повідомленням. Засоби масової інформації використовують три види зображальних елементів: фотографічні (тонові), нефотографічні (штрихові), інфографіку (діаграми, карти, таблиці).

Більшу частину площі газетної шпальти займають текстові матеріали, в основі яких – шрифтові елементи. Принципи використання шрифтів у періодичному виданні практично однакові. Шрифт як елемент оформлення поділяється на титульний та текстовий. Кожен з них має свої функції та призначення. Характерними ознаками шрифту є кегль, накреслення і малюнок (гарнітура). Для набору тексту, як правило, використовується шрифт світлого прямого накреслення невеликих кеглів. На цьому фоні виділяються заголовки, ліди та деякі інші елементи, які мають більший кегль, жирне чи напівжирне

накреслення. При виборі параметрів необхідно зважати на те, що титульний шрифт повинен якнайкраще привертати увагу, а текстовий – бути максимально зручним та зрозумілим для читача.

Усі елементи форми й змісту видання утворюють єдність, що представлена у композиційно-графічній моделі газети. Перенесення наголосу (головного зв'язку) змінює не лише вигляд газетної сторінки, а й склад елементів оформлення та їх дію. Будь-яке порушення композиційно-графічної моделі призводить до дисгармонії змісту й форми, погіршує загальне сприйняття газети [1, 136-138].

Отже, тепер розглянемо характеристики всіх перелічених елементів оформлення на прикладі видання «Голос народу». Серйозних зауважень немає до пробільних та декоративних елементів. На шпальтах достатньо «повітря» для зручності сприйняття окремих матеріалів, а декоративні засоби гармонічно вплітаються в концепцію видання, хоч і не відрізняються особливою креативністю. Зокрема, серед елементів оформлення використовуються лінійки, плашки, графічні позначки для текстових рубрик, рамки для реклами, оголошень, привітань тощо. На повноколірних сторінках ці елементи мають блакитно-жовте забарвлення, що створює асоціацію з національною символікою. Важливою ознакою декоративних засобів є уніфікованість.

Шрифтові елементи, загалом, мають стандартне оформлення. Текстовий шрифт досить зручний для читання, а титульний цілком вдало привертає увагу до необхідних текстових одиниць. Є зауваження тільки до деяких невеликих за обсягом публікацій, в яких зустрічається нагромадження шрифтів різних накреслень та гарнітур. Але, загалом, шрифтові елементи забезпечують сталий зразок оформлення тих чи інших структурних одиниць видання.

На сторінках газети «Голос народу» є всі види зображальних елементів: фотографічні, нефотографічні, інфографіка. Нефотографічні зображення, як правило, використовуються досить рідко, а інфографіка представлена переважно таблицями, які пов'язані з діяльністю владних органів і унаочнюють певну цифрову

інформацію. Варто зауважити, що ці таблиці значно обтяжують видання, оскільки іноді займають цілі шпальти, але інформативної цінності для читача, при цьому, майже не мають. Тож із умотивованих причин рекомендується звести до мінімуму їх використання.

Особливого аналізу потребують фотографічні зображення. По-перше, у виданні часто зустрічаються фотознімки поганої якості: розмиті, невиразні тощо. Для газети це є неприпустимим, оскільки фотозображення не тільки супроводжують текст, а й повинні бути самодостатньою інформаційною одиницею. По-друге, спостерігається зловживання кількістю фотографій: подекуди їхня загальна площа перевищує площу самої публікації. По-третє, переважна більшість зображень є фотоштампами, тобто своєрідним кліше, де використовуються тривіальні сюжети, ракурси тощо. Такі фотографії виглядають штучними і не привносять у газетну шпальту «свіжості», новизни. По-четверте, фоторедактори видання, очевидно, залишають без уваги кадрування, метою якого є виділення на знімку головного й усунення другорядного. У результаті зайві деталі на фото можуть перебирати на себе увагу читача. Суттєвим недоліком в оформленні фотографічних зображень також є відсутність текстівок. Іноді пояснення до знімків можна знайти в тексті, але зазвичай їх просто немає. Наявність текстівок усуває труднощі, які можуть виникнути в читача при перегляді певних фотознімків, тому редакторам видання радиться звернути увагу на цей недолік.

Отже, окремі групи елементів оформлення газети ми розглянули, тепер варто проаналізувати як реалізовано зв’язки між ними у верстці.

Безперечно, обличчям будь-якого видання є перша шпальта, тому важливо докладати максимум зусиль до її оформлення. Якісна верстка та цікаве інформативне наповнення першої сторінки є важливою складовою іміджу всієї газети. Зазвичай, кожне періодичне видання обирає для себе сталу структуру оформлення цієї шпальти, яка повторюється із номера в номер, змінюючи тільки інформаційне

наповнення. Газета «Голос народу» діє за подібним принципом, але, при цьому, дизайн першої полоси має суттєві недоліки.

Розглянемо спочатку заголовний комплекс видання. Він складається з назви, календарних відомостей, інформації про статус та засновника. Відсутні такі елементи, як слоган, відомості про періодичність і вартість, а замість логотипу використано герб міста Чортків. Таке оформлення є досить стандартним і, в принципі, не виокремлює це видання серед інших. На нашу думку, варто звернути увагу на розробку креативного логотипу та слогану, які можуть увиразнити першу шпальту та сприяти підвищенню рівня впізнаваності газети.

Окрім заголовного комплексу, постійними складовими цієї сторінки є, як правило, один провідний матеріал, привітання з різними святами чи знаменними датами та реклама. Безперечно, така структура є не досить привабливою для читача, оскільки суттєвої інформації вона подає зовсім мало. Натомість основну площу займають рекламні повідомлення та привітальні слова очільників району, які не мають інформативної цінності. Очевидно, що ця структура зумовлена, по-перше, статусом офіційної преси, а, по-друге, фінансовими проблемами. Але потрібно знайти компроміс і хоча б зменшити площу реклами й поздоровлень, щоб звільнити місце, як мінімум, для анонсів, котрі є важливою одиницею змісту для першої шпальти.

Також не варто залишати без уваги останню шпальту, оскільки вона, на думку сучасних дослідників, за своєю значимістю майже прирівнюється до першої. Тому радимо редколективу «Голосу народу» не дотримуватися популярної серед районних видань тенденції «забивати» цю сторінку оголошеннями, привітаннями, кросвордами, гороскопами тощо. Значно доцільніше розмістити на ній суттєву інформацію, бо рівень її сприйняття аудиторією буде достатньо високий.

Щодо верстки внутрішніх шпальт газети «Голос народу», то тут, крім поодиноких недоліків, постійно повторюється дуже груба помилка, пов’язана з неправильним розташуванням ілюстрацій і тексту

в публікаціях. Йдеться про норми, згідно з якими зображальні елементи не повинні переривати текст, бо існує вірогідність, що на цьому місці реципієнт може припинити читання. На сторінках досліджуваного видання ілюстрації не просто переривають текст, а через своє хаотичне розміщення взагалі унеможливлюють читання, бо втрачається зв'язок між окремими колонками. Подібні порушення зустрічаються фактично в кожній публікації, тому впровадження норм і правил верстки є першочерговим завданням із удосконалення художньо-технічного аспекту видання.

Окремо слід сказати про внутрішньотекстові технічні недоліки на шпальтах досліджуваної газети. До них належать такі помилки: висячі рядки, 3-4 переноси поспіль у сусідніх рядках колонки, сплутування знаків тире й дефісу, розривання невідокремлюваних скорочень від слів, одиниць вимірювання від цифр; використання лапок одного малюнка для позначення цитати та виокремлення слів усередині цієї ж цитати; зловживання виділенням окремих слів та словосполучень великим кеглем у межах однієї публікації.

Як бачимо, до художньо-технічного оформлення газети «Голос народу» є багато зауважень. Особливо хочеться акцентувати увагу на помилках в оформленні фотографічних зображень та на їх неправильному розміщенні в тексті. Фахового втручання потребує і перша шпальта, яка, за великим рахунком, не несе інформативної та художньої цінності. Загалом, оформлення цього видання можна назвати дещо стриманим і стандартним, що, очевидно, пояснюється консервативними поглядами редколективу. Тож рекомендуємо залучити до співпраці молодих фахівців з дизайну та верстки, які змогли б надати виданню сучасного вигляду і в результаті зробити його більш конкурентоспроможним на ринку преси.

Література

1. Лазаревич Э. М. Дизайн периодических зданий: учебное пособие для студентов факультетов и отделений журналистики / Э. М. Лазаревич. – М. : МГУ, 2000. – 268 с.

2. Шевченко В. Е. Елементи оформлення сучасного газетного видання / В. Е. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=45
3. Шевченко В. Е. Художньо-технічне оформлення видань різних видів / В. Е. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815

Темель Карааслан
Молдавский государственный университет,
Кишинёв, Республика Молдова

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена рассмотрению понятия«медиаобразование» в контексте условиях современной социальной коммуникации обществе.
Ключевые слова: Коммуникация, *медиаобразование,Турция, СМИ*
Стаття присвячена розгляду поняття «медіаосвіта» в контексті умовах сучасної соціальної комунікації суспільстві.
Ключові слова: *Комунікація, медіаосвіта, Туреччина,ЗМІ.*
The article describes the concept of "media education" in the context of modern social communication in society.
Keywords: *Communication, media education, Turkey, mass media*

Коммуникация — Это взаимный обмен информацией, предполагающий ориентацию обоих участников на ответную открытость партнера. Такой обмен происходит не обязательно в словесной форме (вербальной), но и в невербальной.[5]

Передача информации другому участнику в ходе коммуникативного процесса требует определенных носителей

символов и знаков, так как коммуникация по своей природе символический процесс.

Из сказанного следует, что отличительные особенности социальной коммуникации заключаются в том, что объектом взаимодействия между коммуникантом и реципиентом является осмысленное сообщение, а совершается это взаимодействие не в психическом пространстве (как в случае внутри личностной коммуникации), а в социальной среде, т.е. в социальном времени и пространстве.[8,2]

Мы вступаем в коммуникацию для того, чтобы предупредить (дорожные знаки или злоупотребления), и информировать других людей (телетекст или пресс-релиз), объяснить что-либо (мероприятие или план эксперимента), развлечь (анекдот или художественный фильм), описать что-либо (документальный фильм или устный рассказ), убедить кого-либо (плакат, призывающий: *«Родина-мать зовёт!»* или «Ты записался добровольцем?»).

Чтобы понять сущность медиаобразования, нужно сначала дать определение его составляющим: «медиа», «образование» и выявить связи между ними.

«Медиа» — Это средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории.[6]

Значение слова «Образование» в российском словаре С.И. Ожегова трактует его как совокупность знаний, получение систематизированных знаний и навыков, обучение, просвещение.[9]

В медиаобразовании под термином «медиа» понимаются технические устройства, предназначенные для создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между автором сообщения и массовой аудиторией.

В настоящее время современный человек погружен в насыщенное медиа пространство, которое уже не является

инструментом человеческой деятельности. Сегодня каждое наше действие становится составляющей частью медиасреды и коммуникационных технологий.[7]

Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры.

Важность медиакомпетентности

Медиа сегодня – одна из важнейших сфер в жизни людей всей планеты. Социологи подсчитали, что в среднем «цивилизованный человек», проживший до 75 лет, располагает примерно 50 годами активной, лишенной сна деятельности. И ровно девять лет из них он тратит на то, чтобы смотреть телевизор [2, 67].

К примеру, Министерство семьи и социальной политики Турции провело анкетирование более 12 тысяч семей с целью выявления отношения турецкой семьи к телевидению [1].

Исследование показало, что целевая аудитория ТВ составляет 91,9%, из них 55,9% смотрят ТВ 3 часа, а 3,4 % процента проводят перед экраном 7 часов. Турецкая молодежь в возрасте от 18 до 24 лет смотрит телевизор меньше всех (2 часа и 22 минуты). Турки старше 55 лет смотрят ТВ по 6 часов и 3 минуты в день.

Согласно исследованию,

1.Турки совсем не читающая нация: женщины берут в руки художественную литературу на 5 минут в день, мужчины - на 4 (средний показатель). Больше всего нация любит отдыхать дома, лежа на диване у телевизора.

2. Дети от 6 до 15 лет тратят большую часть своего времени на учебу, развлечения и сон. Телевизор дети смотрят меньше взрослых почти в два раза. Дети предпочитают поиграть в компьютерные игры и посещают интернет-сайты на телефоне или планшете параллельно с просмотром телепередач.

В этой связи профессор Калифорнийского университета в Санта-Барбаре У. Джеймс Поттера пишет: «Мы живем в двух мирах: реальный мир и мир СМИ, с помощью медийной грамотности можно делать различия между этими двумя мирами»[3,126].

Транслируемая СМИ информация способствует образованию поведенческих и ассоциативных стереотипов, оказывает существенное влияние на мышление, потребности и интересы личности, на ее представления о мироустройстве и социальной реальности.

В быстро развивающемся и глобализирующемся мире используются высокие технологии (хай-тек, англ. hi-tech, от high technology), которое привлекают и детей, и взрослых, но особенно детей, так как они получают информацию без фильтрующего материала [4, 29].

Выводы:

Медиа играют ключевую роль в формировании картины мира индивида и во многом контролируют жизнедеятельность социума. При этом медиаобразование предоставляет возможность для развития коммуникативных навыков человека, формирования его медиакомпетентности в информационном мире.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nca 12 bin aile üzerinde yapılan „Türkiye'de Aile Yapısı Araştırması" [Web Erişim: 08.03.2017] http://www.milliyet.com.tr/turk-ailesi-tv-bagimlisi-gundem-1532758/

2. Kubey, R. Obstacles to the Development of Media Education in the United States. Journal of Communication (Winter), 1998. pp.58-69.
3. Potter, W.J. Media Literacy 5th edition, California: SAGE Publications. 2011.
4. Treske, G. Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli, N. Türkoğlu, M. Cinman Şimşek, (Ed.), at Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşömen Publishing 2011.
5. Türk Dil Kurumu (T.D.K) [Erişim Tarihi: 08.03.2017] http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0M
6. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: глоссарий [Текст] / Е. Л. Вартанова // Медиаэкономика зарубежных стран. — М.: Аспект Пресс. — 2003. – С. 2.
7. Зеленова А.Е. Необходимость медиаобразованияв условиях медиасреды, — электронный ресурс [Доступно: 08.03.2017] http://mic.org.ru/new/250-neobkhodimost-mediaobrazovaniya-v-usloviyakh-sovremennojmediasredy
8. Соколов А.В. Введение и теорию социальной коммуникации: Учебное пособие. СПб.: СПбГУП, 1996 320 с.
9. Толковый словарь Ожегова, — электронный ресурс [Доступно: 08.03.2017] http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/132974

Анна Баскакова
Дипломатична академія України при МЗС України
Київ, Україна

БІБЛІОТЕКА ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ЦЕНТР

Комунікація – це об'єкт вивчення багатьох наук, серед яких можна назвати філософію, психологію, політологію, філологію, лінгвістику, логіку, естетику соціологію тощо. Щодо останньої, то вона досліджує окреслений феномен через аналіз зв'язків та відношень окремих суб'єктів і соціальних груп (показовим тут постає походження слово «соціальний», яке походить від латинського «Socius» – компаньйон, союзник, друг, послідовник). Відтак, соціальна комунікація – процес передавання, переробки та прийняття соціальної інформації, здійснюваний суб'єктами та об'єктами суспільної сфери [1, 7].

Основними видами соціальної комунікації є документальна і електронна: перша виступає процесом обміну документа між двоба або більше людьми. При цьому вони вирізняються характером комуніката (сам документ), наявністю і видами комунікаційних посередників (пошта, видавництво, книжкова торгівля, бібліотеки, канцелярії, архіви); призначенням документа, що передається – для опублікування чи для використання з особистою чи службовою метою [2, 37–38]. Таким чином, другу можна позиціонувати у якості можливості отримання інформації, спілкування в он-лайні тощо.

Природно, що якщо вміння спілкуватися є головною умовою функціонування суспільства, то діяльність бібліотеки безпосередньо залежить від вміння вибудовування його членами коректної і, що надвичайно важливо, успішної комунікації, яка структурно складається з серій комунікативних актів. Тобто, в контексті бібліотечної справи, феномен комунікації варто розглядати з позицій соціальної взаємодії комунікантів: користувача та бібліотечного спеціаліста.

У Законі України «Про бібліотеки і бібліотечну справу», у Розділі І бібліотека визначається як інформаційний, культурний, освітній заклад (установа, організація) або структурний підрозділ, що має упорядкований фонд документів, доступ до інших джерел інформації та головним завданням якого є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів бібліотеки [3]. За природою ця установа постає не стільки інформаційним, скільки комунікаційним осередком, оскільки доступ до інформації зосереджений на основі соціальної взаємодії індивідуумів.

Таким чином, соціальна комунікація в бібліотеці позиціонується як встановлення контактів для реалізації завдань бібліотечного сервісу. Тобто бібліотечна установа може стати центром людського спілкування, якщо буде орієнтуватися на потреби користувача, враховуючи такі фактори, як психологічні, гендерні, професійні, вікові особливості тощо. Адже дослідник, вчитель, студент, підприємець та інші всі потребують інформацію, яка постає чинником їхньої успішності. Тобто вся діяльність бібліотеки зосереджена не тільки на накопиченні людських знань та поширенні їх серед людей, але й на вибудовуванні певного духовно-значущого простору, який має у ній панувати.

Комунікація в бібліотеці здійснюється безпосередньо у її приміщеннях або, в деяких випадках, між бібліотечними установами. У цьому процесі можна виділити два рівні:

- ✓ спілкування бібліотечних спеціалістів один з одним;
- ✓ спілкування з користувачами.

Перший рівень. Комунікація між співробітниками бібліотеки є чинником, що безпосередньо здійснює вплив на всю роботу бібліотеки в цілому. Задля коригування девіантних виявів цього процесу варто проводити регулярні наради, на яких кожен співробітників міг би висловити свою думку, обмінятися ідеями тощо, оскільки це сприятиме зміцненню особистісних контактів між співробітниками, підвищуючи в цілому згуртованість колективу тощо.

Другий рівень. Комунікація – це обмін інформацією, тому дуже важливим є, не стільки вміння користувача пояснити, яка саме інформація йому потрібна, скільки вміння бібліотечного спеціаліста інтерпретувати правильно його запит. Користувач відвідує бібліотеку у пошуках жаданих інформаційних ресурсів, реалізуючи свій інформаційний запит у межах комунікативного акту. Зауважимо, що інший вид спілкування можливий через офіційні бюлетені, лекції, вистави тощо.

Процес комунікації полегшує також досягнення організаційних цілей: у бібліотеках поділ праці є керованим, отже ефективне спілкування має важливе значення, оскільки придбані матеріали проходять через всі підрозділи, перш ніж з'явитися у фонді. Бібліотекар повинен допомогти читачеві через діалог, особливо новачкам у бібліотеці, шляхом інформування їх про правила і політику, та процедури позичання книг, матеріалів.

Проблеми комунікації в бібліотеці. Природно, що спілкування повинно бути взаємним, адже ідеї, що не обговорюються, не мають ніякого ефекту. Безвідповідальне відношення до обслуговування з боку співробітників призводить до нездатності ефективно працювати з користувачами. Як наслідок, багато читачів навіть не знають про різні підрозділи бібліотеки і, як і де, знайти інформацію. Деякі з них не розуміють необхідність розмови з бібліотекарем: можливо через сором чи гордість, деякі читачі, не хочуть просити допомогу, і підуть з бібліотеки так і не знайшовши ту інформацію, яка їм потрібна, а інші просто не в змозі сформулювати свій запит зрозумілим.

Ще однією проблемою є ефективне спілкування і співробітництво між бібліотеками та викладачами, адже якщо зміцнити ці відносини, то робота бібліотек буде більш корисною. По-перше, потрібно брати ініціативу у свої руки: треба показати, що комунікація бібліотечного працівника, його взаємодія з користувачем виходить за межі самого бібліотечного закладу. Це означає, що бібліотекар не повинен чекати на викладача, щоб почати

співпрацювати, а повинен активно шукати шляхи спільної роботи, і бути більш рівним в якості постачальника послуг.

По-друге, треба бути сучасними. Мається на увазі електронне спілкування, наприклад, он-лайн. Бібліотекар повинен мати можливість розміщувати свої досягнення в он-лайн режимі, тобто повідомляти про позитивні взаємодії з викладачами та ін. бібліотеками.

Рекомендації. Для того, щоб уникнути перебоїв у роботі керівник повинен підтримувати регулярні контакти із своїми співробітниками, щоб знати всю діяльність своїх колег. Можна організовувати щотижневі брифінги з усіх питань, щоб зрозуміти проблеми і сформулювати найкращу стратегію для їх вирішення. Це також вимагає двостороннього спілкування. Співробітники повинні ходити на курси підвищення кваліфікації з метою оновлення своїх знань, щоб йти в ногу з сучасними тенденціями, і спілкуватися належним чином з користувачами. Потрібно також мотивувати співробітників, повинен бути стимул до роботи. Також доцільним є опитування користувачів, метою якого є розуміння відношення користувача до різних аспектів пропонованого обслуговування.

Висновок. Якщо бібліотекар не створить інформаційну основу науково-освітнього та виховного процесу зі своїми користувачами, то це, своєю чергою, призведе до відсутності бажання користуватися нею з боку користувача. А нам треба, щоб бібліотека стала місцем, куди хочеться повернутися.

Література:

1. Бібліотека ВНЗ на новому етапі розвитку соціальних комунікацій: монографія /За ред. В. О. Ільганаєвої, Т. О. Колесникової – Дн-вськ: Вид-во Маковецький, 2010. – 200с.
2. Складові системи документальних комунікацій / Галина. Швецова-Водка // Бібліотечний вісник. - 2011. - № 1. - С. 37-42.
3. Закон України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» від 27 січня 1995 року № 32/95-ВР / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України Режим доступу:

http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80

Олена Порпуліт
Інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна

«ЗЛИТТЯ РЕДАКЦІЇ І АУДИТОРІЇ» ЯК ГУМАНІТАРНИЙ НАСЛІДОК КОНВЕРГЕНЦІЇ ЗМІ

У науковій розвідці акцентовано на процесі демасифікації суспільства, розглянуто явище конвергенції ЗМІ, виявлено зміну комунікаційної моделі: шаблон «творець інформації – споживач інформації» трансформується, оскільки споживач інформації може стати і спів-автором інформації, і спів-творцем контенту.

Ключові слова: демасифікація, конвергенція, медіапросьюмеризм.

В научном исследовании акцентировано на процессе демассификации общества, рассмотрено явление конвергенции СМИ, выявлено изменение коммуникационной модели: шаблон «создатель информации – потребитель информации» трансформируется, поскольку потребитель информации может стать и со-автором информации, и со-творцом контента.

Ключевые слова: демассификация, конвергенция, медиапросьюмеризм.

This scientific research makes an emphasis on the process of society demassification, reviews the concept of media convergence, highlights a change in communicative model: the pattern "information creator – information consumer" transforms, because the information consumer may become a co-author of the information and a co-creator of the content.

Key words: demassification, convergence, mediaprosumerism.

У той час, як ми говоримо про маси, масову культуру, засоби масової комунікації, ми стали свідками «найвеличнішого процесу демасифікації суспільства» [5]: «Сучасне суспільство не може бути ідентифіковане як масове суспільство, воно втратило його істотні конотації. Сучасне суспільство скероване на звеличення

індивідуальності, неповторності, своєрідності й різноманітності» [5]. Один із можливих сценаріїв реалізації концепту демасифікація в сучасній медіапрактиці – це «конвергентна журналістика». Явище конвергенції перебуває в центрі уваги як українських, так і зарубіжних науковців. Значний внесок у розробку означеної проблематики здійснив Г. Дженкінс. Намагаючись пояснити плутанину у вживанні поняття «конвергенція засобів масової інформації», дослідник пише про те, що в цьому процесі слід розмежовувати п'ять процесів: 1) технологічна конвергенція – оцифрування медіаконтенту; 2) економічна конвергенція – горизонтальна інтеграція індустрії розваг, контроль інтересів певною компанією в галузі кіно, телебачення, книжок, ігор, музики, нерухомості та ін.; 3) соціальна, або органічна конвергенція – формування у споживача «багатозадачних» стратегій (consumer's multitasking strategies) щодо навігації в новому інформаційному просторі, стратегії є затребуваними, коли споживач здійснює одночасно декілька дій (перегляд ТБ, перевірка електронної пошти, текстова обробка інформації); 4) культурна конвергенція – вибух нових форм творчості на перетині технологій різних засобів масової інформації, промисловості і споживачів; конвергенція засобів масової інформації сприяє формуванню нової участі народної культури, даючи звичайній людині інструменти для архівування, анотування, рециркуляції змісту тощо; 5) глобальна конвергенція – культурний гібрид, що є результатом міжнародної циркуляції медіаконтенту [6]. Іншого погляду на типологію конвергенції дотримуються Г. Мейкл і Ш. Янг. На думку дослідників, цей процес може бути поданий в чотирьох аспектах:1) технологічний – об'єднання телекомунікаційних мереж навколо цифрових медіаплатформ; 2) виробничий – участь традиційних ЗМІ в цифровому медіапросторі і збільшення кількості компаній, заснованих на використанні цифрових технологій, таких як Google, Apple, Microsoft і ін.; 3) соціальний – зростання кількості соціальних мереж, підвищення обсягу змісту, створюваного користувачами; 4) текстуальний – використання «трансмедійной» концепції, відповідно до якої відбувається виклад на

декількох медійних платформах інформаційного повідомлення, що містить у собі всі види медіа (кіно, відео, комікс, ігри, фото та ін.) [7, 64]. Таким чином, зарубіжні дослідники не обмежуються одним технологічним виміром і прагнуть описати медіаконвергенцію комплексно. Як багаторівневий процес конвергенцію потрактовує й О. Вартанова [2]. Відійти від цього підходу, який за великим рахунком властивий закордонному контексту, вважали за необхідне інші дослідники (М. Луканіна, М. Лукіна, А. Калмиков, О. Баранова, А. Юфєрєва та ін.). Вони звузили діапазон аналізу конвергенції, зупинилися на ролі цього феномена в галузі журналістики. Увагу науковці зосередили на змінах в організаційних структурах (інтеграція раніше відособлених розділів), на трансформаціях журналістського тексту, на перегляді професійних компетенцій журналістів і представників суміжних видів масової комунікації.

Українські аналітики останнім часом за технологічною стороною процесу конвергенції виокремлюють більш важливу з гуманітарного погляду тенденцію – «злиття редакції і аудиторії». Провідна стратегія більшості малих ЗМІ – це точна відповідність очікуванням сформованої чи залучуваної аудиторії: їм доводиться як мінімум відстежувати коментарі до власних публікацій, а для максимального наближення до аудиторії їм необхідно вибудовувати спеціальне медіасередовище, платформу для участі, де цільова аудиторія буде самостійно створювати контент. Так, наголошуючи на тому, що робота ЗМІ в умовах конвергенції вимагає зміни професійних компетенцій редакторів, появу редакторів із новими функціональними обов’язками, М. Женченко наводить перелік професійних навичок *«редактора сформованого читачем контенту»* (модератор читацького контенту) – «опрацювання інформації, яка надходить на інтернет-ресурс видання від користувачів сайту (коментарі, аудіо- та відеофайли, матеріали громадянської журналістики, написані зацікавленими читачами)» [3, 144] та *«редактора спільнот»* – «формувати спільноти, починати та допомагати вести дискусії, відповідати на запитання, пояснювати,

допомагати користувачам інтернет-ресурсу в окремих проектах, заохочувати читачів до створення контенту для електронного чи друкованого видання» [3, 145]. К. Афанасьєва, досліджуючи роль контентної конвергенції в процесах трансформації виробництва медіаконтенту, в окремий рівень конвергентної взаємодії ЗМІ виокремлює *обмін контентом із користувачами (*медіаплатформи UGC на сайтах нових медій тощо) [1]. Отже, суть нового формату відносин між новими медіа й потенційною аудиторією полягає, з одного боку, в прагненні нових медій стати ключовим і найбільш повним каналом отримання інформації про життя спільноти, враховуючи особливості змін медіаспоживання і використовуючи весь мультимедійний потенціал ЗМІ, з іншого, надає користувачеві максимальну свободу вибору інформації, профілювання змісту «під себе», а також збільшує можливості для висловлення власної думки й участі в створенні контенту ЗМІ.

Означені тенденції дають змогу констатувати передумови і можливості функціонування мас-медіа не як системи масового інформування та маніпулювання, а як середовища неієрархічної комунікації мас-медіа й аудиторії: пересічний користувач активізує власну діяльність, стає творцем власного контенту і комунікації, що призводить до оновлення комунікаційної моделі, яка, в свою чергу, змінює шаблон «творець інформації – споживач інформації», оскільки споживач інформації може стати і спів-автором інформації, і спів-творцем контенту. Маємо споживача більш освіченого, самостійного і самодостатнього, що вільно орієнтується в сфері інформаційних ресурсів і вміє продуктивно аналізувати медіаконтент. Явище компетентного медіаспоживання, за визначенням Т. Крайнікової, що «виявляється в опануванні інформаційними технологіями і самостійному виробництві повідомлень споживачами, в здатності аналітично оцінювати й вибирати медіапродукти, підтримувати діалог із редакціями ЗМІ та впливати на їхні концепції тощо» отримало назву медіапросьюмеризм [4, 212].

Отже, технічні та комунікаційні особливості нових мас-медіа активізували аудиторію, яка від пасивного споживання інформації перейшла до виробництва контенту в будь-який формі та в необмеженому обсязі. Проте, можливість участі індивідів у масово-комунікативному процесі на будь-якому етапі породжує, з одного боку, моментальне і практично неконтрольоване поширення інформації, з іншого – певні проблеми комунікаційної взаємодії користувачів у просторі соціальних мереж. Будучи задіяною у виробництві й тиражуванні інформації, аудиторія сегментується за інтересами, уподобаннями, стилем життя, що, в свою чергу, є свідченням демасифікаційних процесів

Література

1. Афанасьєва (Горська) К. О. Роль контентної конвергенції в процесах трансформації виробництва медіа контенту / Афанасьєва (Горська) К. О. // Держава та регіони. – Серія: Соціальні комунікації, 2015. – № 1 (21). – С. 38–42.
2. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? [Электронный ресурс] / Вартанова Е. Л. – Режим доступа : http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/0/b59df6463a315de4c32568fd0038da32?OpenDocument&Click=
3. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ / Женченко М. І. // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2012. – Том 49, жовтень–грудень. – С. 142–146.
4. Крайнікова Т. Культура медіаспоживання в Україні : від консьюмеризму до просьюмеризму / Крайнікова Т. ; за наук. ред. проф. В. В. Різуна. – Бориспіль : Люксар, 2014. – 372 с.
5. Bordoni C. Multitudes And Demassification [Electronic Resource] / Carlo Bordoni. – Available at : https://www.socialeurope.eu/2013/01/multitudes-and-demassification/#

6. Jenkins H. Convergence? I Diverge [Electronic resource] / Henry Jenkins. – June 1, 2001. – Available at : https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/
7. Media Convergence and the Transformed Media Environment [Electronic resource] // Classification – Content Regulation and Convergent Media: final report. – Australia, 2012. – P. 63–77. – Available at : http://www.alrc.gov.au/publications/classification-content-regulation-and-convergent-media-alrc-report-118

Аліна Тертична
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Одеса, Україна

ТИПОЛОГІЯ ВИДАНЬ ДЛЯ ВІЙСЬКОВИХ В УКРАЇНІ: РЕДАКТОРСЬКИЙ АСПЕКТ

У цій статті викладено результати дослідження типології військових видань в Україні. Під час аналізу ми з'ясували, що дослідженням типології видань займалися недостатньо. Метою статті є ознайомлення з історією розвитку військової преси та з принципами типологізації друкованих видань. Детальний аналіз видань для військових допоміг визначити їхні основні характеристики та сформувати чітку типологію.

Ключові слова: *військові видання, типологія, тип, періодична преса, читацька аудиторія, журналістика.*

В этой статье изложены результаты исследования типологии военных изданий в Украине. Во время научной работы мы выяснили, что исследованием типологии изданий занимались недостаточно. Целью статьи является ознакомление с историей развития военной прессы и с принципами типологизации печатных изданий. Подробный

анализ изданий для военных помог определить их основные характеристики и сформировать четкую типологию.

Ключевые слова: *военные издания, типология, тип, периодическая пресса, читательская аудитория, журналистика.*

This article shows the results of research into the typology of soldiery editions in Ukraine. During the advanced study we found out that research of editions typology has never been enough. The purpose of the article is an get acquainted with the history of military press development and the principles of printing editions typologization. The detailed analysis of editions for soldiers helped to define their basic characteristics and form clear typology.

Keywords: *soldiery editions, tipologiya, type, periodic press, reader audience, journalism.*

У сучасному світі люди постійно споживають інформацію. Інформаційний ринок розвивається. Завдяки новим Інтернет-технологіям інформація доступна майже на кожному кроці, і тепер вирішення потребує лише питання її класифікації. З’являється більше спеціалізованих видань. Засоби масової інформації намагаються чітко сегментувати свою аудиторію для задоволення її потреб у повному обсязі.

Для ефективного впливу на читацьку аудиторію потрібно чітко визначити особливості формування й поділу періодичних видань. У зв’язку з цим чималий інтерес представляє проведення типологічного дослідження періодичної преси. У процесі таких досліджень важливе місце займають типологічні дослідження видань для військових (військових видань).

Вивчення типологічних особливостей видань дає можливість визначати їх найхарактерніші особливості. Чітка класифікація видання визначає його особливості діяльності, взаємовідносини з політичними структурами, економічними інститутами та споживачами інформації. Типологія забезпечує найбільш ефективну реалізацію інформаційної

політики в нинішніх умовах, допомагає виробити методи спілкування з аудиторією [7, с. 23].

Правильне визначення типології допомагає виданню діяти найбільш ефективно, розумно, економічно раціонально і з найбільш повним урахуванням суспільних інтересів. Саме це і визначає актуальність нашої наукової роботи.

Об'єктом дослідження є військові видання України за 2016 рік, а саме: газети «Крила України» та «Народна армія» і журнали «Військо України» та «Камуфляж».

Предметом дослідження є типологія видань для військових в Україні.

Метою нашої наукової роботи є ознайомлення з історією розвитку військової преси та з принципами типологізації друкованих видань.

Військові видання формувалися протягом багатьох десятиріч у складному соціально-політичному середовищі. З часом вони набували певних типологічних ознак – утверджувались властиві тільки військовій періодиці проблемно-тематичні напрями, організовувалось читацьке середовище та специфічна для військовиків структура періодичних видань.

Уперше широкий громадський інтерес до військових новин проявився в період наполеонівських війн. У 1808 році британська газета «The Times» направила в Іспанію свого співробітника Генрі Робінсона, щоб читач міг із перших рук дізнатися правду про хід війни французів з іспанцями. У Росії військова тема в періодичній пресі стала широко висвітлюватися під час нашестя Наполеона в 1812 році [2, с. 25].

На території нашої країни історія військової журналістики налічує понад два століття − і за цей час вона пережила і популярність, і забуття. Військова преса в Україні започаткувалась значною мірою під впливом журналістики інших держав, у тому числі й Росії. Російська реакційна військова журналістика всіляко стримувала прагнення вояків-українців до усвідомлення свого права на

національну незалежність, на творення своєї держави і захист її від зовнішніх посягань [7, с. 62].

У процесі дослідження ми виділили шість періодів розвитку військової преси. І маємо всі підстави зазначити, що в процесі розвитку українська військова журналістика, формуючи своє, властиве тільки їй обличчя, водночас збагачувалась досвідом світової прогресивної журналістики. Тож з позицій історичного розвитку українську періодику не слід ставити в самоізоляцію, її коріння глибоко проросло в світове підґрунтя [4, с. 96].

У процесі дослідження ми виділили шість періодів розвитку військової преси. І маємо всі підстави зазначити, що в процесі розвитку українська військова журналістика, формуючи своє, властиве тільки їй обличчя, водночас збагачувалась досвідом світової прогресивної журналістики. Тож з позицій історичного розвитку українську періодику не слід ставити в самоізоляцію, її коріння глибоко проросло в світове підґрунтя.

Основою типології є розчленовування систем об'єктів та їх групування за допомогою узагальненої моделі чи типу. Тип визначається як різновид, форма, модель, яка характерна для тієї чи іншої групи предметів.

Видання класифікують за такими ознаками: цільовим призначенням, обсягом, складом основного тексту, структурою, ступенем аналітико-синтетичної переробки інформації, матеріальною конструкцією та періодичністю. Це дозволяє здійснити внутрішньовидову класифікацію видань, визначити їх різновиди і типологічне розмаїття [5]. Наприклад, газета «Крила України» виходить українською мовою раз на тиждень на 16 сторінках у форматі А-3, та висвітлює актуальні питання життєдіяльності повітряних сил ЗС України. Газета «Народна армія» виходить українською мовою двічі на тиждень і висвітлює питання підготовки військ, військового міжнародного співробітництва, соціального захисту військовослужбовців та членів їхніх сімей, економічної діяльності та

конверсії, питань військової історії, культури та спорту, військово-патріотичного виховання молоді.

Сучасні українські видання для військових забезпечують своїх читачів новинами про діяльність силових структур та оборонно-промислового комплексу, про підготовку військ та військове міжнародне співробітництво, соціальний захист військовослужбовців та членів їхніх сімей, про військово-патріотичне виховання молоді.

Сьогодні ринок військової періодики досить сегментований. Одне видання не мусить висвітлювати події всієї військової сфери. На ринку ЗМІ є військові видання вузького спрямування: видання для моряків, прикордонників, льотчиків. Наприклад, «Крила України» – це газета, в якій переважає інформація про новини в сфері військової авіації, а матеріали журналу «Військо України» присвячені Збройним силам України в цілому.

Детальний аналіз видань для військових допоміг визначити їхні основні характеристики та сформувати чітку типологію. При розробці типології ми звертали увагу на такі аспекти:

1. Наповненість видання вузькоспеціалізованою термінологією;
2. Співвідношення матеріалів, які стосуються безпосередньо військової тематики, та матеріалів іншого спрямування;
3. Обсяг видання та його періодичність;
4. Цільова аудиторія видання (вузькоспеціалізоване чи доступне пересічному читачеві);
5. Організація видання (державне, приватне).

Окремо ми виділили видання, які є друкованими органами Міністерства оборони України. Більшість із них представлені на сайті Міністерства оборони України. До них відносяться: газета «Народна армія», журнал «Військо України», науково-теоретичний та науково-практичний журнал МО України «Наука і Оборона».

Отже, українська військова преса започаткувала своє формування в системі постійного, цілеспрямованого інформаційно-виховного впливу, в специфічному за своєю організацією та життєвим

укладом армійському середовищі. За час свого становлення військові видання пережили періоди занепаду й піднесення. Переважна більшість досліджень цієї сфери відбувалася під впливом радянської влади і не претендує на об'єктивність. Військова періодика незалежної України в сучасному вигляді існує відносно недовго і потребує ґрунтовного дослідження. Особливо зараз, коли, у зв'язку з військовими діями на Сході країни, видання для військових набули популярності.

Література

1. Військо України : офіційний сайт [Електронний]. – Режим доступу : http://viysko.com.ua/category/arch/
2. *Горєвалов С.* Військова журналістика України: Історія і сучасність. − Л., 1998. − 338 с.
3. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.e-gost.org.ua/dstu/
4. *Животко А*. Історія української преси. − К., 1190. − 319 с.
5. Камуфляж: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kit.com.ua/ka/index2.php?id=6
6. Крила України» : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazzzeta.com/крила_україни/arhiv?
7. *Московцева В.* Типологія друкованих засобів масової інформації : навчально-методичний посібник із дисципліни спеціалізації «Газетна журналістика». − Запоріжжя : ЗДУ, 2002. − 197 с.
8. Народна армія : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://na.mil.gov.ua/archive

Діана Гасаненко
Факультет журналістики
Національний університет «Одеська юридична академія»
Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ У СУЧАСНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ

Дивлячись на те, що спілкування відіграє дуже важливу роль у формуванні особистості, принципово важливим є вивчення особливостей вербальної комунікації в цілому, та специфіки окремих її груп. Безпосередньо сьогодні актуальності набуває дослідження та аналіз особливостей спілкування молоді, як спільноти, що найбільш динамічно розвивається та активно взаємодіє з навколишнім медіасередоищем.

Бацевич Ф.С. у своєму словнику термінів визначає вербальну комунікацію, як цілеспрямовану психо-лінгво-ментальну діяльність учасників спілкування (комунікантів) за допомогою мовного коду, результатом котрої є інформаційний обмін, взаємовплив тощо, тобто формування дискурсів (текстів) [1, 82]. До вербальних засобів комунікації відносяться письмова та усна мова, слухання та читання. Усна і письмова мова беруть участь у виробництві тексту (процес передачі інформації), а слухання і читання – у сприйнятті тексту, закладеної в ньому інформації. Це базові процеси які відповідають за вербальну комунікацію.

Як зазначає Сілаева В.Л., «зараз комунікативна активність людей масово переноситься у віртуальну середу мережі Інтернет, що призводить до появи багатьох «віртуальних світів», суб’єктами яких є реальні та віртуальні особистості, групи та спільноти» [2, 102]. Таким чином, оскільки змінюється середовище спілкування, змінюються і його патерни. А так як основними користувачами мережі все таки є молодь, можна говорити і про зміни у молодіжній вербальній комунікації.

Сучасна молодь стикається з великою кількістю проблем у повсякденному житті. Однією з цих проблем є соціальної самотності, яка є результатом стану недостатньої соціальної організованості, адаптації. В результаті молодь намагається розширити коло свого спілкування. Таким чином, зростає популярність соціальних мереж, яка задовольняє проблему в спілкуванні. Дослідження, яке було проведено на базі ПГПУ імені В.Г. Белінського показало, що сайт «Вконтакті» можна вважати молодіжною соціальною мережею. 99% опитуваних мають свій акаунт в цій соціальній мережі, всі вони надали перевагу саме сайту «Вконтакті». На другому місці «Одноклассники», на третьому «Мой Мир», далі «Facebook», «LiveJournal», «Twitter» та інші [3, 1006].

Особливою характерною рисою спілкування молоді в соціальних мережах, є скорочення та абревіатури. Вони були винайдені здебільшого для того, щоб зробити спілкування в мережі Інтернет більш швидким та легким, і часом, ця «легкість» почала переходити у реальний світ.

Багато абревіатур, що стали популярними були запозичені з англійської мови. Так, наприклад, англійський акронім «LOL» (з англійської laugh out loud, що в перекладі – «гучно, вголос сміятися») став дуже популярним серед молодих користувачів соціальних мереж. Цей термін використовується для спілкування в мережі Інтернет головним чином для вираження сміху в письмовій формі. Серед англійських абревіатур, що використовуються молоддю в соціальних мережах, також, можна виокремити «ІМНО» / «ИМХО» – скорочення від in my humble opinion, що в перекладі означає «за моєю скромною думкою».

Найпопулярнішими серед користувачів мережі «Інтернет» є скорочення. Так, замість російського «спасибо» та «сейчас» зараз пишуть «спс» та «щас», а замість «говорю» все частіше можна побачити коротке «грю».

З одного боку такі скорочення полегшують життя у віртуальному світі, тому що молодь, яка постійно спілкується в чатах, має дуже швидко відповідати на повідомлення. Але з іншого боку, через скорочення слів, спостерігається зниження рівня грамотності серед підлітків. Тобто ми бачимо що сучасна мова спілкування молоді переживає етап трансформації, коли її відправною точкою стає віртуальне середовище, а кінцевою реальний світ.

Також, вивчаючи особливості комунікації молоді, варто висвітлити проблему її спілкування з представниками старшого покоління. Якщо не брати до детального розгляду проблему «батьків та дітей», то найголовнішою перешкодою між розумінням тут постають комунікативні бар'єри. Насамперед, це *бар'єр взаєморозуміння*, який виникає через огріхи в процесі передачі інформації. Наприклад, коли комунікатор використовує багато слів паразитів, що є характерним для сучасної молоді. *Логічний бар'єр* розуміння, може виникати тому, що логіка міркування представника старшого покоління, як правило, є для підлітка або занадто складною, або здається йому неправильною чи суперечить властивій йому манері доказів. У процесі аналізу даної споконвічної проблеми, звичайно, постають такі ж відомі її витоки, з якими стикалось кожне покоління. Але, з огляду на шалений розвиток сучасних інформаційних технологій, прірва між поколіннями видається більш глибокою та неосяжною.

Аналізуючи специфіку вербальної комунікації сучасної молоді стає очевидним, що набуті у віртуальному середовищі навички, зміни переносяться у реальний світ. Вони відбиваються на характері спілкування молоді (мові та письмі), міжособистісній та груповій комунікації. Як відомо, «ми є те, що ми читаємо», і у розрізі віртуального спілкування молодь активно вбирає в себе та «відбиває» в світ той контент, що її оточує; ті вербальні патерни, що видаються найбільш зручними, швидкими та цікавими.

Література

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації [Текст] / Ф. С. Бацевич; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. - К. : Довіра, 2007. - 207 с. - (Слов. України). - укр.

2. Силаева В.Л. Интернет как социальный феномен [Текст] / В.Л. Силаева // Социс. Социологические исследования : Научный и общественно-политический журнал . – 11/2008 . – № 11 . – С. 101-107.

3. Шахмартова О. М., Болтага Е. Ю. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности [Текст] / О. М. Шахмартова, Е. Ю. Болтага // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 1002-1008.

Аліна Іванюк
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ: ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ, ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

Розглядаються основні причини виникнення та різновиди комунікативних бар'єрів в діяльності організації туристичної сфери; аналізуються бар'єри соціального, психологічного характеру, бар'єри непорозуміння та соціально-культурних відмінностей; пропонуються можливі шляхи подолання таких комунікативних бар'єрів.

Ключові слова: *комунікативний акт, туристичний бізнес, комунікативні бар'єри, бар'єри соціального та психологічного характеру, соціально-культурні відмінності.*

Рассматриваются основные причины возникновения и разновидности коммуникативных барьеров в деятельности организации туристической сферы; анализируются барьеры социального, психологического характера, барьеры непонимания и

социально-культурных различий; предлагаются возможные пути преодоления таких коммуникативных барьеров.

Ключевые слова: *коммуникативный акт, туристический бизнес, коммуникативные барьеры, барьеры социального и психологического характера, социально-культурные различия.*

The main cause of variety and communication barriers in the organization of tourist areas; analyzes the barriers of social, psychological, and social barriers misunderstandings and cultural differences; offer possible ways to overcome these communication barriers.

Keywords: *communicative act, tourism, communication barriers, social barriers and psychological, socio-cultural differences.*

Діяльність туристичних агентств відіграє важливу роль у налагодженні стосунків з іноземними гостями країни. Саме тому для співробітників даної сфери одним з головних завдань є таке спілкування з клієнтами різних національностей, в результаті якого вони залишаються задоволенні своїм візитом. Витримка та уміння стримувати свої емоції, чуйність, легкість розпочати та вступити в контакт із незнайомими індивідами, підтримка розмови, можливість аналізувати побажання клієнтів, розуміти їх наміри, налагоджувати розбіжності, які можуть виникнути, володіти мовленням, мімікою та жестами – необхідні риси, що мають бути притаманні працівникам туристичної сфери, разом з тим, вони мають розумітися на психології людей, попереджуючи дискомфортні та конфліктні ситуації.

Існують певні фактори, які негативно впливають на ефективність роботи туріндустрії. Одним і найбільш вагомим є низька професійна підготовка спеціалістів даної сфери, яка проявляється в їхній недостатній компетентності та невмінні проводити ефективну ділову комунікацію. Варто відзначити, що ефективність ділових зустрічей спеціаліста з туризму знижують певні комунікативні бар’єри, які, як правило, впливають на результативність праці [4].

Вагомий внесок у вивчення комунікативних бар’єрів в цілому, внесли такі науковці, як Андреєва Г.М. [1], Козирєв М.П. [6], Олійник

О.І. [8], Орбан-Лембрик Л.Е. [9]. Бар’єри в сфері туризму досліджували у своїх роботах такі вчені: Власова Т.І. [2], Жукова М.А.[3], Квартальнов В.А. [5], Писаревський І.М. [10].

З французької «бар’єр» (barriere) – перешкода, тобто перешкоди на шляху адекватної передачі інформації між партнерами зі спілкування [6].

Комунікативні бар’єри є тією важливою причиною виникнення і подальшого розгортання конфліктів на різних рівнях спілкування, які можуть бути в організаціях. Зазвичай, вони призводять до зниження функціонування діяльності персоналу організацій, впливати на їхні міжособистісні стосунки, емоційний стан, ступінь задоволення роботою тощо. Таким чином, **бар'єри спілкування** – це психологічні труднощі, що виникають в процесі спілкування, які служать причиною конфліктів або перешкоджають взаєморозумінню та взаємодії. Вони, як правило, пов'язані з характерами людей, їхніми прагненнями, поглядами, мовними особливостями, з манерами спілкування [11].

Можна виокремити ряд факторів, які сприяють виникненню бар'єрів в діловому спілкуванні й заважають правильно сприймати та оцінювати людей, серед них:

- заздалегідь сформовані установки, оцінки, переконання, які у співрозмовника існують задовго до того, як почався процес сприйняття й оцінювання іншої людини;
- вже існуючі стереотипи, відповідно до яких співрозмовник наперед відноситься до певної категорії й формується установка, що спрямовує увагу на пошук пов'язаних з нею рис;
- бажання зробити швидкі та передчасні висновки про співрозмовника, ще до того, як про нього отримана інформація;
- беззвітне структурування особистості іншої людини проявляється в тому, що логічно поєднуються в цілісний образ тільки окремі особистісні риси, і тоді всяке поняття, що не вписується в цей образ, відкидається;

- ефект «ореола», який проявляється таким чином: перше враження про людину викликає таке ставлення до неї, яке потім поширюється на окремі її риси та оцінку людини;
- ефект «проектування»: іншій людині за аналогією приписуються свої власні якості й емоційні стани (тобто, спрацьовує припущення «всі люди подібні мені» або «інші протилежні мені»);
- ефект «первинності»: перша побачена або почута інформація про людину, зазвичай впливає на подальше ставлення до цієї людини;
- ефект «останньої інформації»: якщо остання отримана інформація про людину негативна, то вона може перекреслити усі попередні думки та враження про цю людину [10, 31-32].

Дуже важливим є вивчення перешкод та способів їх подолання, адже бар'єри заважають протіканню комунікативного процесу, результатом якого має стати досягнення головної мети спілкування й покращення психологічного клімату в організації сфери туристичного бізнесу.

Андреєва Г.М. вирізняє комунікативні бар'єри *соціального і психологічного характеру*. З одного боку, такі бар'єри можуть виникати через відсутність розуміння: ситуації спілкування, яка спричинена не просто різною мовою, якою спілкуються учасники комунікативного процесу, а й відмінностями більш глибокими, а саме – *соціально-психологічними*, що існують між партнерами. Такі бар'єри породжені об'єктивними соціальними причинами, приналежністю партнерів комунікації до різних соціальних груп, і їхня поява чітко показує включеність комунікації в широку систему суспільних відносин. Зазначений вид є найбільш характерним для туристичної індустрії. Таким чином, для працівників туріндустрії є необхідним володіння іноземними мовами та знання культур різних народів, задля успішної співпраці із представниками інших народів [1].

Квартальнов В.А. виділяє бар'єри, які значним чином впливають саме на ефективність комунікативного процесу менеджера та туриста й найчастіше зустрічаються в туристичній сфері, серед них:

- бар'єри сприйняття – неоднозначність інтерпретації змісту повідомлення, що залежить від відмінностей індивідуальних контекстів. Найчастіше це проявляється у вигляді конфліктів між сферами компетентності і перешкод, обумовлених установками людей (тобто, менеджер повинен говорити з клієнтом на зрозумілій йому мові й не «засипати» нескінченними науковими термінами, показуючи свою ерудованість і зарозумілість, не перенасичувати свою промову іноземними словами);
- семантичні бар'єри – неоднозначність тлумачення смислових відтінків слів, паралінгвістичних (інтонація, тон, швидкість) і невербальних чинників мови (жести, міміка, поза, погляд);
- бар'єри зворотного зв'язку – неефективний зворотній зв'язок, що не дає відправнику достатньої інформації про правильність сприйняття його повідомлення (якщо клієнт ніяк не реагує на надану йому інформацію або не може зрозуміло пояснити чого саме він хоче);
- невміння слухати – люди частіше орієнтовані на експресію власного внутрішнього світу, ніж на сприйняття й аналіз зовнішньої інформації (що для менеджера є недопустимою рисою, так як уважно (!) вислуховувати побажання клієнта, це основа його роботи) [5, 45-47].

Крім того, існує така група бар’єрів, які дуже схожі на вище згадані – це *«бар’єри нерозуміння»* – навмисне або ненавмисне «нерозуміння» повідомлення, які Орбан-Лембрик Л.Е. запропонував розрізняти так:

- фонетичні (погана артикуляція мовця, занадто швидкий темп мовлення);
- семантичні (використання незнайомих, іншопрофесійних термінів, жаргону);
- стилістичні (невдале структурування інформації, занадто складні конструкції фраз, повтори);
- логічні (невміння вибудувати послідовну аргументацію) [9, 273–275].

Виділяють також ще одну групу не менш важливих бар'єрів, що притаманні туристичній сфері й мають велике значення, це *бар'єри соціально-культурних відмінностей*: соціальні, політичні, релігійні, професійні тощо. Соціальні бар'єри визначаються приналежністю суб'єктів взаємодії до різних соціальних груп суспільства. Політичні бар'єри виникають за різних уявлень про структуру й зміст влади. Релігійні визначаються тим, наскільки толерантною є сама релігія стосовно представників іншої конфесії [2, 102-103].

Перераховані види комунікативних бар'єрів найчастіше виникають під час бесіди менеджера й клієнта, тому подолання їх цілком залежить від спеціаліста туристичної індустрії. Тому професіограма такого фахівця включає високу компетентність, професіоналізм, знання культури різних національностей, володіння мовами та впевненість у своїй роботі.

Науковці виділяють шість груп бар'єрів, кожна з яких характеризує психологічні *перешкоди при розмові, що виникають саме у туристів* із представником туристичної діяльності. Серед них:

1. Фізичний бар'єр виникає при певному страхові, побоюваннях, пов'язаних із кліматичною адаптацією, поганим самопочуттям, труднощами пристосування до нових метеорологічних умов.

2. Психоемоційний бар'єр виникає через емоційні розлади, остраху нервового напруження, психічного дискомфорту (побоювання нових умов проживання, обслуговування і т.п.).

3. Психологічний бар'єр з'являється при отриманні негативної інформації із неофіційних джерел або ЗМІ й негативних відгуків інших людей, що відвідували певну країну.

4. Комунікативний бар'єр з'являється через незнання мови, невмінням користуватися місцевими засобами пересування й побоювання несприятливого небезпечного становища в країні перебування (особливо актуальним є через військово-політичні події в Україні);

5. Економічний бар’єр характеризується побоюваннями можливих непередбачуваних фінансових витрат (ймовірність браку коштів на потяги, у зв’язку із дорожнечею та простим обманом тощо).

6. Культурний бар'єр формується через незнання або несприйняття національно-культурних особливостей країни перебування (ксенофобія).

Спеціалісти виділяють два важливих показника, які безпосередньо пов’язані з проблемою впливу даних бар’єрів на психологію туриста в країні подорожування: з одного боку – тривалість перебування, а з другого – ступінь емоційного ефекту від перебування в чужій країні. Вплив усіх даних бар’єрів на туриста отримав спеціальну назву «культурний шок» (cultureshock), що пояснюється як тривожний стан, який виникає внаслідок відірваності від звичайних та знайомих явищ, традицій, звичаїв, не ідентичності правил соціальної взаємодії [3, 41-43].

Таким чином, бар’єри виникають через різноманітні проблеми, які супроводжують процес спілкування в туристичній сфері. Щоб подолати вказані бар’єри, необхідно завжди уточнювати та контролювати сприйняття й інтерпретацію інформації, намагатися зрозуміти партнера.

Для підвищення ефективності комунікації зі сторони менеджера туристичної сфери потрібно:

- прояснювати свої ідеї до того, як починати їх висловлювати – перш ніж знайомити клієнта безпосередньо з вмістом туру, менеджер повинен сказати, що він збирається робити, прокоментувати свої дії, наприклад: «*Зараз я запропоную Вам кілька турів на вибір*», або «*Зараз ми з Вами розглянемо можливі варіанти*» (це робиться для того, щоб співрозмовник мав змогу сам обрати бажану подорож і не виникло в нього відчуття, що йому нав’язують конкретну поїздку);
- бути сприйнятливим до можливих семантичним проблем – менеджер повинен влучно підбирати слова при розмові з клієнтами, максимально обережно поводитися з лексикою, реципієнт може в силу

рівня освіти або соціального статусу неправильно витлумачити деякі слова, що може привести до неефективності всього комунікаційного процесу;

- стежити за виразом свого обличчя, жестами, позою, інтонаціями – невербальна інформації в комунікативному акті також дуже важлива, іноді навіть важливіше, ніж слова, тому фахівцю туріндустрії необхідно виробити чітку лінію своєї невербальної поведінки: поза повинна бути вільною, але не розв'язною, вираз обличчя – не напруженим, але і не агресивним, жести не мають бути різкими та уривчастими, а плавними, спокійними, інтонація – рівна і впевнена;
- висловлювати відкритість і готовність розуміти;
- домагатися встановлення зворотного зв'язку – менеджер зобов'язаний продати туристичний продукт, це його робота, але до цього потрібно, щоб клієнт якось відреагував на вже надану інформацію (погодився, схвалив/не схвалив), для цього використовуються такі прийоми:
  а) ставте клієнту питання;
  б) оцінюйте мову поз, жестів і інтонацій клієнта, які можуть вказувати на розгубленість та нерозуміння;
  в) контролюйте перші результати роботи (реакція клієнта на початок розмови);
  г) завжди будьте готові відповісти на запитання [7, 38-39].

Варто зазначити, що взаєморозуміння під час комунікативного акту підвищується за допомогою [8, 162-163]:

- уточнення («Не повторите ще раз?») – клієнт не повинен боятися уточнити незрозумілу йому інформацію, а працівник – для того аби впевнитися, що саме бажає співрозмовник;
- перефразовування («Якщо я Вас правильно зрозумів, то Ви мали на увазі...») – це є обов’язковим компонентом аби цілком зрозуміти бажання клієнта;
- резюмування («Тобто...», «У такий спосіб...»).

Для досягнення ефективності ділових комунікацій менеджера та туриста важливо дотримуватися *психологічної культури розмови*, яка являє собою єдність знань, що відбивають закономірності психічної діяльності співрозмовників і вміння застосовувати ці знання в конкретних ділових ситуаціях, що дозволяє створити сприятливий психологічний клімат ділової бесіди з іноземцями, створити гарне враження про себе, використовувати прийоми розрядки негативних емоцій, самозаспокоєння та заспокоєння туриста, захищатися від некоректних співрозмовників і партнерів, ставити запитання та відповідати на них, спростовувати доводи опонента й уважно його вислуховувати [10, 44-45].

Аби досягнути максимальної ефективності із туристами, менеджери туріндустрії повинні опиратися на особливості віку та самостійність клієнтів, так як у кожного з них свої інтереси, вподобання та бажання. Наведемо вікові категорії та їхні можливі стилі відпочинку в чужій країні. А саме:

- *діти дошкільного віку* подорожують з батьками, рішення самостійно не приймають, але, можливо, можуть вплинути на вибір батьків виду відпочинку;
- *школярі фінансово залежні*, мають обмежену самостійність, найчастіше надають перевагу відпочинку у складі груп, відрізняються високою допитливістю, здебільшого орієнтуються на активний відпочинок;
- *молодь, студенти*, як правило, мають високу вимогливість до активного відпочинку, зазвичай схиляються до пригодницьких мотивів.
- *туристи 25-35 років* (звичайно сімейні). Як правило, на відпочинок виділяють мало часу й коштів;
- *туристи 35-50 років* віддають перевагу менш пізнавальному, більш спокійному відпочинку, частіше без дітей і без партнера. Як правило, забезпечені, знають ціну грошам і розвагам.

Вони бажають отримати відповідний вид відпочинку за оплачені кошти;

- *туристи від 50 років і більше* віддають перевагу пізнавальному відпочинку, як правило поза сезоном, пов'язаному з лікуванням, оздоровленням. Основна мотивація – можливість спокійного відпочинку, виняткова мотивація – «встигнути побачити» [10, 54-55].

Тому знаючи вікову категорію подорожі, співробітники зможуть надати іноземцям необхідну йому інформацію та задовольнити їх своєю роботою, що й стане гарним способом попередити виникнення комунікативних бар’єрів. При цьому завжди варто враховувати національність, традиції, стереотипи та цінності клієнтів, а також різне сприйняття інформації від фахівців туристичної сфери, адже усвідомлювати важливість і дотримуватися нормальних людських взаємин необхідно у будь-якій діяльності, а особливо у сфері туристичного бізнесу. Необхідно зауважити, що неможливо отримати позитивний результат ділового спілкування та комунікації без поваги, розуміння і терпіння до особистості партнера.

Література

1. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М.: Изд- во Моск. ун-та, 1988. – 432 с.
2. Власова Т.И. Профессиональное и деловоеобщение в сферетуризма: учеб. пособие / Т.И. Власова, М.М. Данилова, А.П. Шарухин. – СПб.: Д.А.Р.К., 2001. – 288с.
3. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе : учебное пособие / М.А. Жукова. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.
4. Іванюк А.С. Специфіка подолання комунікативних бар’єрів ділового спілкування у сфері туристичного бізнесу [Текст] / А.С. Іванюк // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації: зб. Матеріалів ІІ Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 24-25 березня 2016 р. / під заг.ред.: В.Г. Спрінсяна. – Дніпропетровськ : Середняк Т. К., 2016. – 526 с. – С. 428-433.

5. Квартальнов В. А. Туризм: история и современность [Текст] : избранные произведения. / В. А. Квартальнов ; Российская международная академия туризма. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 500 с.

6. Козирєв М. П.Комунікативні бар'єри спілкування та шляхи їх подолання / М. П. Козирєв // НауковийвісникЛьвівського державного університетувнутрішніх справ.серіяпсихологічна. – 2014. – № 1. – С. 201-211.

7. Менеджмент туризма: Основыменеджмента: учебник / Л.И.Лукичева, В.А. Квартальнов, В.А. Исаев и др. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 352 с.

8. Олійник О.І. Ділове спілкування: навч. посібн. / О.І. Олійник. – Красноармійськ: КІІ ДонНТУ, 2009. – с.380

9. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навч. посібн. / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.

10. Писаревський І. М. Професійно-комунікативнакомпетентність (в туризмі)[Текст] : підруч. / І. М. Писаревський, С. А. Александрова. – Х: ХНАМГ, 2010. – 230 с.

11. Психологія та етика ділового спілкування: короткий курс лекцій [Електронний ресурс] . – Режим доступу : http://studme.com.ua/167304267246 /etika_i_estetika/barery_obschenii_preodolenie.htm.

Валентина Кубко, Ірина Компанієць
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Актуальність теми полягає у важливості розробки та впровадження комунікативної стратегії розвитку в вищих навчальних закладах для подальшої успішної науково-освітньої діяльності вищого навчального закладу.

Ключові слова: комунікативна стратегія, вищий навчальний заклад (ВНЗ).

Актуальность темы заключается в важности разработки и внедрения коммуникативной стратегии развития в высших учебных заведениях для дальнейшей успешной научно-образовательной деятельности вуза.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, высшее учебное заведение (вуз).

Actuality is the importance of developing and implementing a communication strategy development in higher education institutions to further successful scientific and educational activities of university.

Keywords: communication strategy, higher education institution (HEI).

В умовах сучасних тенденцій розвитку та жорсткої конкуренції у сфері вищої освіти та інноваційної діяльності вищих навчальних закладів особливої актуальності набуває проблема комунікативної стратегії розвитку ВНЗ. Перед вишами постає завдання переосмислення спрямованості, усвідомлення ролі корпоративної культури, розуміння важливості та значимості розробки стратегій розвитку освітнього закладу. При цьому реалізація освітніми установами комунікативних стратегій має служити додатковим інструментом стратегічного розвитку навчальних закладів.

Проблеми, пов'язані з роллю маркетингу в розвитку комунікацій на ринку освітніх послуг, і питання розробки комунікаційних стратегій порушувалися в працях Н. І. Яловега, О. А. Ткаченко, Л. І. Морської, О. В. Асташина.

Можна виділити декілька причин важливості формування комунікативної стратегії ВНЗ:

- сучасні тенденції розвитку освіти потребують швидких та принципово нових стратегій, адже тепер ВНЗ розглядається більше з підприємницької та комунікативної сторони;
- проблема міжвузівської боротьби за абітурієнтів;
- посилення боротьби за ринкову частку між вузами, які мають ідентичні або схожі потреби [7];
- співпраця з іншими навчальними закладами країни та закордонну потребує створення унікального іміджу університету (самоідентифікації) на фоні інших освітніх закладів;
- проблема співпраці з підприємствами та пошуку спонсорів;
- проблематика вдалого та професійного використання інформації, як ключового елементу формування інформаційного та інноваційного середовища ВНЗ.

Тому, у такій ситуації розгляд проблеми комунікативної стратегії розвитку ВНЗ набуває особливої актуальності, спонукаючи як до комплексного розроблення даної проблематики, так і до вироблення відповідних рекомендацій. Така основна потреба прогресивно направленого закладу освіти.

Сучасний швидкий розвиток інформаційних технологій та зміна направленості ВНЗ як інституту розробок та інновацій передбачає не тільки розробку комунікативної стратегії розвитку на освітянській арені, а й підготовку спеціалістів інформаційного напрямку.

Вся ця направленість формується з вдало продуманої стратегії, яка ставиться з метою формування стратегічних зав'язків та ефективним впливом на цільові групи.

Якщо навчальний заклад не буде змінюватися та реалізовувати нові програми, то він стане не конкурентоспроможним та перестане існувати. Для запобігання такої проблеми слід розвивати свою направленість за такими напрямами, які поєднують у собі комунікативні та маркетингові комунікації, націлені на усунення проблеми.

Результати розробки та впровадження успішної комунікативної стратегії у ВНЗ передбачає:

- залучення споживачів освітніх послуг та партнерів, сприяючи тим самим стабільному розвитку ринку освітніх послуг;
- ефективній науковій та інноваційній діяльності:
- підтримку контактів з цільовими колами;
- прискорення інтеграції між студентами та викладачами, зменшення організаційної напруги.
- вдале поєднання комунікаційної стратегії розвитку із загальною стратегією вузу, що в результаті дасть підвищення ефективності його діяльності;
- позиція освітнього закладу, як конкурентоспроможного, повноцінного суб’єкта ринкової та освітньої діяльності.

Комунікативна стратегія – це послідовне продумане планування дій з урахуванням всіх елементів для встановлення необхідного рівня комунікації. Загалом, комунікаційна стратегія є планом можливих перспективних дій з метою отримання тих чи інших результатів в комунікаційному середовищі, а в нашому випадку, комунікаційному середовищі Вишу [1,155].

Комунікативна стратегія для освітнього закладу повинна складатися з таких основних елементів: PR (зв’язки з громадськістю), директ-маркетингу, реклами.

Науковці виділяють такі три складові комунікативної стратегії:

- ринкова стратегія (заснована на ретельному аналізі знань про потенційних споживачів, конкурентів, продукти; ці знання є основною для розробки концепцій позиціонування).

- креативна стратегія (стратегічне формування образу та елементів бренду, передбачає створення ключової креативної ідеї, яка буде для цільової аудиторії асоціюватися з організацією);
- медійна стратегія (передбачає вибір носіїв для рекламно-інформаційних повідомлень, які будуть доносити інформацію до потенційного споживача).

Процес створення та впровадження вдалої комунікативної стратегії є складним адже він включає в себе діяльність за декількома напрямками, що в результаті передбачає оцінку та аналіз факторів.

Так, зовнішніми факторами, що визначають комунікаційні стратегії вищого навчального закладу є стан макросередовища, ринкова ситуація, стан громадської думки, поведінка споживачів. Внутрішніми факторами, під впливом яких формуються комунікаційні стратегії вищих закладів освіти є комунікативний напрямок діяльності ВНЗ, параметри стратегічних альтернатив вищого закладу освіти, навички та ресурси, сильні та слабкі сторони у використанні можливостей в області комунікацій [6, 79].

Урахування всіх цих факторів дає змогу вузам повноцінно формувати комунікаційну стратегію, що дозволить ефективно функціонувати на ринку освітніх послуг.

Вибір стратегії – досить важливий компонент, де потрібно вдало підбирати всі компоненти, продумувати шляхи їх реалізації. Тому доцільно звертати увагу на всі можливі види стратегій, а не обмежуватися однією. Завжди існує декілька стратегій, за допомогою яких можна досягти виконання намічених планів. Вибір залежить від типу навчального закладу, його ресурсів, компетенції співробітників тощо [5, 70].

Украй важливим є також інструментарій для удосконалення корпоративної культури: розробка корпоративних стандартів, кодексу, документів для забезпечення діяльності громадських організацій вищих навчальних закладів, системи критеріїв оцінки корпоративної

культури та рекомендації щодо її формування у навчальному закладі [3, 38].

На думку одного з провідних фахівців у сфері маркетингу Є.П. Голубкова, «позиціонування освітніх послуг полягає в тому, щоб здійснити вибір таких параметрів освітнього продукту та елементів комплексу маркетингу, які з точки зору цільових споживачів забезпечать освітнім послугам конкурентні переваги» [2]. Дане визначення характеризує споживача як головну ланку в розробці стратегії.

Отже, підсумовуючи вищевикладене, варто відзначити, що проблематика комунікативної стратегії ВНЗ набирає все більшої значущості. Формування, моніторинг і підтримка (корекція) іміджу освітнього закладу у сучасних умовах розглядаються як важливі складові системи управління освітнім закладом, що створюють умови для його виживання і розвитку, які потребують застосування спеціальних форм, методів, інструментів, заходів для впливу на людей, у тому числі маркетингових, рекламних та PR-заходів і акцій. Розробка вдалої стратегії відіграє все більшу роль у функціонуванні не тільки освітніх установ, а й всіх інших організацій.

Література

1. Асташина О.В. Коммуникативные стратегии в организации [Электронный ресурс] / О.В. Асташина // Вестник науки и образования Северо-Запада России – публикация по материалам заочной Международной научно-практической конференции «Инновации в науки и образовании». – Т.1. – №4. – 2015. – С.151-156. – Режим доступа: http://vestnik-nauki.ru/wp-content/uploads/2015/11/2015-%E2%84%964-%D0%90%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf

2. Голубков Е.П. Сегментация и позиционирование [Электронный ресурс] / Е.П. Голубков // Маркетинг в Росси и за рубежом. – №4. – 2001. – Режим доступа : http://dis.ru/library/detail.php?ID=22178

3. Кубко В.П. Модель формування корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу України [Електронний ресурс] / В.П. Кубко // Вісник книжкової палати. – 2014. – №8. – С.38-41. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkp_2014_8_12.pdf

4. Кубко В.П. Передумови та особливості формування моделі іміджу вищого навчального закладу [Електронний ресурс] / В. П. Кубко // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 103. – С. 283-286. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2015_103_79.

5. Морська Л. І. Сутність і визначення комунікативних стратегій у професійному дискурсі [Електронний ресурс] / Л. І. Морська // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Педагогіка. – 2012. – № 3. – С. 67-74. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPU_ped_2012_3_15.

6. Ткаченко О.О. Сутність та особливості позиціонування вищих навчальних закладів [Електронний ресурс] / О. О. Ткаченко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2015. – № 2. – С. 78-84. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/**bdi**_2015_2_13

7. Яловега Н.І. Стратегічне управління комплексом комунікацій ВНЗ [Електронний ресурс] / Н.І. Яловега // Полтавський університет споживчої кооперації України. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/npm_2006/economics/6_jalovega.doc.htm

Віра Гонта
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Україна, Одеса

РЕДАГУВАННЯ МЕДІАТЕКСТУ В УМОВАХ КОНВЕРГЕНЦІЇ ЗМІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ "ГАЗЕТИ ПО-УКРАЇНСЬКИМ" ТА GAZETA.UA)

У статті йдеться про конвергенцію як активний процес у сучасній журналістиці. Проаналізовано матеріали інтернет-ресурсу gazeta.ua і періодичне видання «Газета по-українськи». Доведено, що зміст друкованої версії газети та Інтернет-ресурсу не мають суттєвих інформаційних розбіжностей. Натомість виявлено відмінності у верстці шпальт, оформленні публікацій на сайті, викликані особливостями розміщення матеріалів на різних платформах.

Ключові слова: конвергенція, медіатекст, Інтернет-ресурс, ЗМІ.

В статье говорится о конвергенции как активном процессе в современной журналистике. Проанализированы материалы интернет-ресурса gazeta.ua и периодическое издание «Газета по-украински». Доказано, что содержания печатной версии газеты и Интернет-ресурса не имеют существенных информационных разногласий. Зато выявлены различия в верстке страниц, оформлении публикаций на сайте, вызванные особенностями размещения материалов на различных медиаплатформах.

Ключевые слова: конвергенция, медиатекст, Интернет-ресурс, СМИ.

The article refers to the convergence as an active process in modern journalism. Analyzed materials online resource gazeta.ua and periodical «Gazeta po-ukrainsky». It is proved that the content of the printed version of the newspaper and online resource information have significant differences. Instead revealed differences in layout pages, registration of publications on the site due to the peculiarities of the distribution of materials on different platforms.

Keywords: convergence, mediatext, Internet resource, massmedia.

Журналістський текст є предметом багатьох досліджень вітчизняних і західних науковців. Вагомий внесок у теоретичну базу з цього питання зробили такі вітчизняні теоретики і практики журналістської діяльності, як В. Здоровега, О. Пономарьов, В. Різун, А. Мільчин тощо.

Одне із найпоширеніших визначень тексту звучить так: «це усний чи письмовий твір мовотворчого процесу, логічно закінчений, складений із низки особливих мовних висловлювань, які об'єднані різними типами лексичних, граматичних, логічних, стилістичних зв'язків, має відповідну спрямованість і прагматичну установку. Текст — це продукт мислення та інтелектуальної діяльності» [6; 101].

Здавалось б, текст, його види і типи, функціональні особливості вже є давно вивченими. Проте існує один вид тексту, який вимагає підвищеної уваги науковців і подальшого детального вивчення. Це медіатекст. Медіатекст, на відміну від тексту, — це твір масово-інформаційної діяльності та масової комунікації. Суть медіатексту — конкретна інформація, що виражена мовленням з метою впливу на громадську думку, переконання. За медіатекстом стоїть мовна особистість журналіста, його світосприйняття, інтелектуальний рівень, когнітивна здатність. Відображення у тексті події передбачає наявність у ньому затексту (те, що за кадром) — фрагменту події, що описується в тексті. Одним із комунікативних завдань медіатексту є опис затекстуу такий спосіб, як вважає журналіст. Прихована інформація, яка випливає з тексту завдяки асоціативності його одиниць, називається підтекстом. Медіатексту і тексту взагалі властиві логічна закінченість висловлювань, комунікативний намір та прагматична установка [6; 65-66].

На початкових етапах розвитку медіа спеціалізувалися лише на одному типі інформації та одному каналі її поширення. Сучасний журналіст має безліч варіантів написання матеріалу, не кажучи вже

про вибір формату і каналу поширення. Такі новації привели до наступного:

- традиційні медіа для поширення своєї продукції використовують сайти, веб-додатки і соціальні мережі;
- поруч із традиційними медіа є такі, що функціонують винятково в Інтернеті;
- окремі люди (деякі без жодних намірів стати частиною “медіа”) створюють свої власні варіації новин, комбінують їх з різних джерел або коментують так влучно, що ці дописи стають набагато популярнішими, аніж оригінальні тексти;
- аудиторія відіграє все більшу роль у журналістиці, бо поширює контент у соціальних медіа, додає судження та інтерпретації в коментарях і блогах, а також є першоджерелом відео, фото та інформацій для гарячих новин.

Процес, який включає в себе ці новації, отримав назву «конвергенція». На жаль, на сьогодні немає повністю досконалого визначення цього явища, адже воно досить складне і різнопланове. Велика кількість найрізноманітніших визначень пов'язана з тим, що при використанні терміну «конвергенція», експерти говорять як мінімум про п'ять процесів:

1. Технологічної конвергенції (маючи на увазі процес дигіталізації);

2. Економічної конвергенції (маючи на увазі процес інтеграції: горизонтальної, вертикальної, діагональної). На думку автора, оперування термінами «інтеграція» і «конвергенція» як абсолютно ідентичними неприпустимо.

3. Соціальної конвергенції (маючи на увазі різноплановий режим роботи сучасного споживача інформації: він одночасно дивиться ТБ, розмовляє по телефону, перегортує сторінки газет і робить запит у пошуковій машині Інтернету. Мультизадачний режим роботи сучасного споживача інформації – це наслідок комп'ютеризації, технічних досягнень у області передачі інформації, розвитку мобільного зв'язку.

4. Культурної конвергенції (маючи на увазі нову культуру «спільної участі». Вона дає кожному можливість виробляти, зберігати і поширювати контент. Але це теж наслідок комп'ютеризації, технічних досягнень у галузі передачі інформації. Під культурною конвергенцією розуміємо також можливість поширювати контент з різних медіаплатформ (або кросмедійность) - наслідок розвитку Інтернету, технічних досягнень у галузі мобільного зв'язку, появи пристроїв для читання електронних книг, газет, журналів.

5. Глобальної конвергенції (маючи на увазі глобальний контент – доступність будь-якої інформації: текстові матеріали, графіка, аудіовізуальні матеріали) практично в будь-якій точці світу - знову ж, на наш погляд, скоріше, наслідок технічних досягнень у галузі інтернет-технологій, розвитку мобільного зв'язку [4; 226-227].

Низка науковці ототожнюють поняття «кросмедійність» і «конвергенція». На нашу думку, таке трактування є невірним. Кросмедійність передбачає використання більш ніж одного ЗМІ - аналогового або цифрового; кросмедійний контент доставляється на різні пристрої, такі як: КПК, мобільний телефон, телевізор. Суть крос-медіа в тому, що один і той же контент може поширюватися на різні платформи [1; 113].

А конвергентна журналістика – це журналістика, заснована на мультимедійної подачі контенту і поширення його по різним медіаплатформам. Вона пов'язана з глобальними змінами, які відбуваються на всіх стадіях створення і поширення продуктів ЗМІ.

Конвергентну журналістику часто пов'язують з тенденцією до універсалізації журналістської професії, появою журналістів, здатних створювати контент для різних медіаплатформ. У зв'язку з цим у неї є багато противників, які вважають, що якість журналістики падає, адже одна людина не може однаково добре готувати матеріали для різних медіаплатформ. Конвергентна журналістика викликала гарячі дискусії між власниками медіакомпаній, професійними журналістами і

теоретиками, які сперечаються про її вплив на якість висвітлення новин [1; 157].

На підставі визначень можна зробити висновок, що кросмедійність поняття вужче, ніж конвергенція. Воно описує лише одну складову процесу конвергенції. І великою помилкою (і не тільки логічною) буде вживання цих двох понять у синонімічному значенні.

Робота ЗМІ в умовах конвергенції редакцій вимагає зміни професійних компетенцій редакторів, появу редакторів із новими функціональними обов'язками. Сьогоднішній редактор ЗМІ повинен уміти готувати інформаційний матеріал так, щоб його одночасно можна було оприлюднити у друкованому виданні, теле- чи радіопрограмі, мережевому ресурсі. Отже, основна увага в редакційно-видавничому процесі зміщується з готового видавничого продукту на контент, який може змінюватися залежно від потреб комунікаційного засобу, за допомогою якого читач цей контент отримує.

З метою редагування медіа тексту редактор повинен володіти такими уміннями:

- виявлення головного сенсу медіатексту й виокремлення його основних елементів;
- розмежування важливого і другорядного;
- визначення типових і оригінальних фрагментів медіатексту;
- узагальнення основних ідей медіатексту;
- адекватна оцінка цінності медіатексту або його частин;
- формування самостійного і критичного судження на ґрунті порівняння відповідно до певних критеріїв;
- розважливість, розсудливість і поміркованість у прийнятті рішень із дотриманням точності фактів медіатексту;
- творче розв'язання завдань на основі медіатексту;
- позитивне ставлення до нових повідомлень, які не відповідають звичним категоріям;
- створення лаконічного, чіткого й точного образу та моделі медіатексту;

• концептуальне моделювання медіатекстів[5].

Отже, для аналізу візьмемо періодичне видання «Газета по-українськи» і його електронний варіант gazeta.ua.

«Газета по-українськи» — друкована всеукраїнська суспільно-політична газета. Вона заснована у 2005 році підприємством ТОВ «Видавничий дім „Нова інформація“», до складу якого входять також щотижневий журнал «Країна» та інформаційно-новинний інтернет-ресурс Gazeta.ua. Газета вперше вийшла у вересні 2005 року.

Gazeta.ua

газета
ПО-УКРАЇНСЬКИ

Для аналізу дизайну і верстки видання візьмемо свіжий випуск за вівторок 29 листопада 2016 року № 96(1952). Для початку варто зазначити, що логотип газети та її Інтернет-ресурсу не співпадають.

Як ми бачимо, назви ресурсів повністю не збігаються, але дизайнерами видання було прийняте вдале вирішення використати однакові кольори при оформленні логотипів видання. Також відмінним є те, що у друкованій версії видання на першій сторінці надруковані анонси номера, яких немає на сайті. Це не є особливістю версій цього видання, а в принципі однією із різниць між усіма виданнями і їх Інтернет-версіями.

А тепер щодо журналістських матеріалів. У цьому номері видання є, наприклад, стаття «Донька Джоні Деппа знялась у фільмі» № 96(1952). Першою відмінністю, яка кидається в очі є різниця у кольорі ілюстрації до матеріалу. У газеті ілюстрація є чорно-білою, а на сайті ілюстрація до матеріалу кольорова. Також у газеті наступний уривок матеріалу подається як лід, а в Інтернет-версії цей же уривок надруковано як зачин: «Донька американського актора Джоні Деппа.

17-річна Лілі-Роуззіграла головну роль у драмі "Планетаріум". Її партнеркою стала голлівудська зірка35-річна Наталі Портман.» Верстка матеріалу також відрізняється: у паперовій версії видання текст заверстано на три колонки, одна з яких відрізняється за форматом від інших двох, текст вирівняно по лівому краю, абзаци виділяються міжабзацними відступами, а на сайті текст заверстано у одну колонку, вирівняно також по лівому краю, абзаци виділяються абзацними відступами. Щодо змісту матеріалу, то він абсолютно ідентичний, тобто на сайті надруковано той самий матеріал, що і в газеті.

Проаналізуємо ще одну статтю з цього ж номера «Українці — нація, яка спожила найбільше людського м'яса у християнській історії» №96(1952). Ця стаття, як і попередня, є абсолютно однаковою щодо змісту в друкованій версії і на сайті. Верстка матеріалів відрізняється: в Інтернет-версії текст заверстано в одну колонку з вирівнюванням вліво, а в друкованій версії матеріал заверстано у чотири колонки також з вирівнюванням вліво. Відмінними також є рубрики, у яких заверстано матеріал: у газеті це рубрика «Голодомор», а на сайті – «Історія». Ілюстрації до матеріалу в газеті чорно-біла, а на сайті вони кольорові, також ілюстрації відрізняються розміром.

Для більш глибокого і всебічного аналізу візьмемо ще один номер газети за п’ятницю 29 листопада 2016 року № 95 (1951). У ньому є цікавий матеріал, який називається «Старече виснаження назвали причиною смерті восьмирічної дитини». За змістом матеріал друкованої версії не відрізняється від матеріалу, розміщеного в Інтернеті. Але, знову ж таки, є відмінності у оформленні видання. У газеті уривок «Щонайменше 7 млн осіб загинули від штучного голоду в Українській РСР протягом 1932–1933 років. Подібні трагедії були на території нашої держави у 1921–1923 і 1946–1947 роках. Починаючи з 1998-го в Україні на державному рівні вшановують пам'ять жертв Голодоморів — в останню суботу листопада. О 16:00 оголошується загальнонаціональна хвилина мовчання. Далі відбувається акція "Запали свічку". Кожен охочий може віднести свічку до пам'ятника загиблим у своєму місті. Цьогоріч День пам'яті жертв Голодоморів

проходить під гаслом "Голодомор не зламав"» подається як підводка до статті, а на сайті цей же уривок є просто початком матеріалу. Серед основних відмінностей у верстці саме цієї статті можна назвати такі: неоднакова кількість колонок (у газеті чотири, на сайті одна), в газеті деякі уривки тексту виділено, тим самим на них акцентується увага, а на сайті виділення відсутні.

Проаналізувавши вибрані матеріали, можна зробити такі висновки:

1. Зміст матеріалів не змінюється залежно від каналу передачі інформації. На мою думку, це хоч і не хибний, проте найбільш простий, але не зовсім вірний шлях. Слід розуміти, що особливості сприйняття друкованого і Інтернет-видання різні. І журналісти, і редактори повинні враховувати ці особливості, і підлаштовувати матеріал під канал передачі. Наприклад, можна б було урізноманітнити матеріал на сайті видання мультимедійними матеріалами (відео, інфографика), натомість – верстальники просто дублюють ілюстрації, розміщені в друковану версію.

2. Спосіб оформлення матеріалів на сайті не дублює спосіб оформлення в газеті. І це є беззаперечним плюсом. Причини такі ж, як і першому пункті.

3. Цікавим доповненням матеріалів на сайті є блоги, в які вміщаються достатньо цікаві матеріали. Наявність блогів урізноманітнює Інтернет-версію видання.

4. Матеріали у друкованій версії і на сайті надаються у різних рубриках. Це свідчить про те, що рубрики у двох версіях не збігаються: у газеті вони більш деталізовані, тоді як на сайті назвами рубрик є переважно загальні поняття.

5. Окрім статей, які поміщені в газету, на сайті є інші матеріали. Наприклад, на сайті за 28 листопада 2016 року було надруковано матеріал «Росія продовжує відкривати справи проти українських командирів», у номері за 29 листопада цей матеріал відсутній.

6. На сайті видання можна вибрати мову (російська, українська), на якій читати матеріали, друкована версія періодичного видання є україномовною. Російський переклад є точним відтворенням української версії, тобто жодних відмінностей у статтях на різних мовах немає.

7. І в газеті, і на сайті зустрічаються непоодинокі помилки. Наприклад, на сайті видання в одному із проаналізованих нами матеріалів забули поставити крапку. У друкованій версії видання це речення використане як підзаголовок, і крапка також відсутня (тут це не помилка). Можна зробити висновок, що матеріали після верстки в газету і перед версткою на сайт не проходять повторного редакторського опрацювання.

Література:

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 269 с.

2. Газета «Газета по-українськи»: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.ua/newspaper

3. Газета «Газета по-українськи». – 2016. – №№1950-1952

4. Михайлин И. Л. Основыжурналистики: ученик / И. Л. Михайлин. – К. : Центр учебнойлитературы. – 2011. – 484 с.

5. Палієнко А. М., Особливості розвитку інформаційної картини світу майбутніх журналістів [Електронний ресурс] / А. М. Палієнко. – Режим доступу:http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Npdntu_pps/2012_12/palien.pdf

6. Яцимірська М. Г. Сучасний медіатекст: Словник-довідник / М. Г. Яцимірська. — Львів : ПАІС, 2005. – 220 с.

Валентина Кубко, Катерина Проненко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ З ПЕРСОНАЛОМ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ СЛУЖБИ

Розглянуті тактики, що використовуються в комерційній організації: наказова, рекомендаційна, нарадча, організаційно-етикетна, пропозиційно-волюнтативна тактика, тактика підтримки контакту, власної інновації, взаємної двосторонньої взаємодії, делегування повноважень. Проаналізовані характерні ознаки комунікативних тактик менеджера у взаємодії з персоналом поліграфічної артілі «Fine Art».

Ключові слова: комунікативна тактика, комунікація, менеджер-документознавець, організація, поліграфічнна артіль.

Рассмотрены тактики, используемые в коммерческой организации: приказная, рекомендательная, совещательная, организационно-этикетная, предложенческо-волюнтативная тактика, тактика поддержания контакта, собственной инновации, взаимного двустороннего взаимодействия, делегирования полномочий. Проанализированы характерные признаки коммуникативных тактик менеджера во взаимодействии с персоналом полиграфической артели «Fine Art».

Ключевые слова: коммуникативная тактика, коммуникация, менеджер-документовед, организация, полиграфическая артель.

The tactics used in the commercial organization are considered: order, advisory, advisory, organizational and etiquette, proposed-voluntarily tactics, tactics of maintaining contact, own innovation, mutual bilateral interaction, delegation of authority. Characteristic features of communicative tactics of the manager in interaction with the personnel of the polygraphic artel Fine Art are analyzed.

Key words: communicative tactics, communication, document manager, organization, polygraphic artel.

Слід зазначити, що в новітніх умовах господарювання процес управління персоналом набуває нового значення. Тому нині особливої уваги потребує вивчення спеціальних комунікативних тактик, які використовуються в управлінській діяльності в контексті міжособистісної комунікації.

Проблема ефективної комунікації в організаціях – одна з ключових в організаційно-управлінської теорії. Доведено, що досягнення успіху керівником і організацією в цілому неможливе без ефективної комунікації. Таким чином, щоб діяти ефективно, менеджер-документознавець повинен керуватися не тільки знаннями міжособистісної комунікації, а й вивчити стратегії і тактики спілкування.

Перш за все, зауважимо, поведінка комунікаторів в процесі спілкування переслідує певні цілі, для досягнення яких суб'єкти спілкування користуються певними прийомами, які залежно від рівня розгляду називають комунікативними стратегіями, комунікативними тактиками та комунікативними навичками.

У результаті опрацювання теоретичного матеріалу було з`ясовано, що сучасні науковці виділяють такі підходи до визначення комунікативних тактик [5] :

1. По-перше комунікація краще будується на системі надання вказівок через чітко поставлені цілі.

2. По-друге, конструктивною тактикою вважається пропозиція співробітникові скласти власну технологію та методику виконання робочих обов’язків (якщо вона цілком відповідає виконавчому, робочому механізму діяльності підприємства).

3. Важливим тактичним прийомом є збори без порядку денного, організовані за принципом «обміну думками».

4. Делегування повноважень можна обрати в якості комунікативної тактики. Згідно з якою робітнику делегуються

повноваження (права та відповідальність) при виконанні тих чи інших обов'язків.

Виходячи із зазначеного вище, нами запропоновано таку класифікацію комунікативних тактик:

Таблиця 1.

Основні комунікативні тактики взаємодії керівництва з персоналом

Комунікативна тактика	**Її особливості**	**Різновиди**
Наказова тактика (наказово – дидактична)	Жорстка наказова форма, в деяких випадках з елементами наставництва	Вказівки, накази, розпорядження (з контролем, негайні до виконання)
Рекомендаційна тактика	Рекомендації до виконання, представлені в толерантній формі	Надання варіантів виконання роботи, рекомендації для виконання роботи
Нарадча тактика	Керівник радиться з деяких питаннь зі співробітником	Нарадчі консультації
Організаційно-етикетна тактика	Співбесіда зі співробітником з метою налагодження особистих контактів	Анкетування, співбесіда, оптимізований діалог
Пропозиційно-волюнтативна тактика	Активний діалог з виконанням певних дій, застосуванням визначених питань	Тест, анкетування, завдання на професійну придатність та ін.
Тактика підтримки контакту	Використання певних мовленнєвих елементів, що спонукають до бесіди	Використання певних лексем - кліше
Тактика власної інновації	Менеджер спонукає до визначення алгоритмів власної роботи, активної, діяльної участі у роботі, взаємодії	Скласти власну технологію роботи, визначити алгоритм виконання завдання

Тактика взаємної двосторонньої взаємодії	Керівництво дає настанови та вказівки співробітникам та вислуховує їх скарги, відповідає на їх питання	Збори, консультації
Тактика делегування повноважень	Керівник делегує певну частину своїх обов'язків співробітнику	Нагляд за виконанням певного завдання, пряме делегування відповідної функції співробітникові

Спираючись на представлену вище класифікацію, ми визначили групи комунікативних тактик, за якими будується взаємодія з персоналом.

Таблиця 2.

Застосування комунікативних тактик з групами співробітників

Співробітники	**Тактика, що реально застосовується**	**Рекомендована до застосування тактика**
Директор1	Група наказових тактик	Група наказових тактик, група нарадчих тактик та тактик двосторонньої взаємодії
Директор2	Група наказових тактик	Група наказових тактик, група нарадчих тактик та тактик двосторонньої взаємодії
Менеджер	Тактика власної інновації	Тактика підтримки контакту та організаційно-етикетна тактика
Дизайнер	Тактика підтримки контакту	Тактика підтримки контакту та організаційно-етикетна тактика

Аналізуючи застосування комунікативних тактик в поліграфічній артілі «Fine Art» ми дійшли висновків, що на практиці застосовується лише 27 % від всього масиву наявних комунікативних тактик.

Така ситуація з використанням лише малої частини масиву тактик спостерігається взагалі на багатьох підприємствах. Це

пояснюється тим, що керівникам та менеджерам-документознавцям простіше використовувати ті тактики, що вже перевірені на підприємстві та виявили себе як дуже вдалі.

У процесі дослідження комунікативних тактик що використовуються на підприємстві ми визначили порушення етикетних норм, як в середині підприємства так і з зовнішнім середовищем. Наприклад мовленнєві вираження: вітання звертання, прощання, а також невербальні комунікації: нав'язування, перебивання, відсутність візуального контакту, тощо.

У результаті проведеного дослідження використання комунікативних тактик в поліграфічній артілі «Fine Art» зазначимо, що функції з формування та вживання на практиці комунікативних тактик покладені на менеджера, оскільки організація не велика за обсягом, і в ній не існує штатного розпису, відповідно не передбачено спеціально виділену посаду менеджер- документознавець.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики [Текст] / Ф.С. Бацевич. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О.С. Иссерс. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
3. Казаринова Н.В. Межличностное общение: повседневные практики [Текст] : учеб. пособие / Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб: НИИХ СПбГУ, 2000 – 298 с.
4. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом [Текст]: Учебник / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА- М, 2007. – 447 с.
5. Клюев,В.К. Речевая коммуникация [Текст] / В. К. Клюева. — М. : Профиздат, 2001. — 208 с.

Марія Сиротенко
Національний університет «Одеська юридична академія»
Одеса, Україна

ТЕЛЕВІЗІЙНА РЕКЛАМНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СПОСІБ КОНСТРУЮВАННЯ КУЛЬТУРИ ПОВСЯКДЕННОЇ СУЧАСНОСТІ

У роботі вказується на особливий вплив телевізійної рекламної комунікації на формування культури сучасного споживача, зокрема молодіжної цільової аудиторії.

Ключові слова: реклама, рекламна комунікація, сучасна культура.

В работе отмечается особенное влияние телевизионной рекламной коммуникации на формирование культуры современного потребителя, в частности молодежной целевой аудитории.

Ключевые слова: реклама, рекламная коммуникация, современная культура.

The special influence of televisional advertising communication is in-process marked on forming of culture of modern consumer, in particular to the youth target audience.

Keywords: advertisement, advertising communication, modern culture.

Проблема психологічних впливів у психології реклами як галузі наукового знання вкрай актуальна. Адже будь-який вплив передбачає зміну свідомості людини, спонукання до того чи іншого вибору.

О.Лебедєв-Любимов [2, 168] розглядає рекламу як психологічне програмування людей до вигідних для рекламодавця дій, до того ж без будь-якого їхнього на те бажання. Кожен рекламодавець не стане витрачати величезні гроші тільки для того, щоб сповістити споживача про надходження нового товару. Він сподівається, що цей товар будуть, зрештою, купувати. За допомогою створених рекламних образів відбувається вплив на свідомість покупця, що сприяють його діям з придбання рекламованих товарів і послуг. Дієва реклама

створює ілюзію, що споживач зробив свій вибір самостійно і правильно.

Жоден засіб реклами не можна зрівняти з телевізійною за рівнем впізнання. І хоча відгуки про неї часто неоднозначні та досить різкі, реклама на телебаченні залишається надзвичайно ефективною завдяки масштабу аудиторії, недоступному іншим засобам реклами, а також максимальним можливостям впливу на телеглядача/споживача.

Вдала телереклама, на думку Т. Булах, характеризується тим, що [1]:

– є цікавою, послідовною візуалізацією;

– привертає увагу в перші п'ять секунд;

– не змушує, а допомагає сприймати суть;

– сюжет створюється навколо людини, що користується товаром, а не навколо неживого предмета;

– небагатослівна — кожне слово має бути впливовим.

Телевізійна реклама, безумовно, є потужним суспільним і культурним механізмом. Найпоширенішими телевізійними жанрами реклами є анімаційний ролик, рухомий рядок, відеоролик, кліп, слот, римейк та інші. Серед переваг телевізійної реклами насамперед варто вказати про значний психологічний вплив на свого реципієнта, серед недоліків – на високу вартість.

Реклама творить власний світ у побутовому світі реципієнта. Вона, як пише А. Сажина, не пропонує щось надзвичайне, вона говорить про речі, які повинні бути щодня: «Орбіт захистить ваші зуби після кожного вживання їжі», «Миргородська має бути поруч», «Додавайте Калгон при кожному пранні» та ін. Усі ці слогани мають на меті створення програми побуту, тобто щоденного світу пропонованих речей. Формуючись у рамках масової культури, масової комунікації, масової літератури як самостійний організм, реклама підтримує чинну суспільну структуру, створюючи світ обивательських символів [4, 304].

Типовим, на думку сучасних культурологів, стає звертання повсякденності до мистецтва з метою усвідомлення й утвердження своєї самодостатності, піднесення власного статусу. Повсякденність звертається до мистецтва як до дзеркала, в якому вона може побачити своє відображення, як до образної системи, з допомогою якої вона може бути усвідомлена [3, 209].

Рекламу на сьогодні розглядають як важливий чинник у контексті розвитку культури масової аудиторії споживачів. Завдяки тонкощам психологічного сприйняття, що чітко враховуються у тій чи іншій рекламній комунікації, рекламні ролики створюють стереотипи, впливаючи на свідомість.

Найактивнішими споживачами телепродукції, за дослідженнями Є.Суботи, є найстарший віковий сегмент — понад 55 років (пенсіонери). Старші люди, які багато часу проводять вдома, переглядаючи телевізійні програми, сприймають навколишній світ саме так, як показують на екрані. Чим суспільно активніша вікова група, тим менше вона дивиться телевізор. Найбільш популярний час у сітці мовлення ТРК — з 18.00 до 21.00. У цей час різні передач дивиться переважно молодь від 20 до 30 років (32%), із середнім рівнем достатку (64%), з вищою та середньою спеціальною освітою (24%). Віковий склад глядачів вранішніх телепрограм (це з 6.00 до 9.00) представлений усіма віковими категоріями. Втім, найбільш активними все-таки є глядачі від 20 до 30 років - 42 % [5, 53].

Варто зазначити, що кількість реклами, що адресована молодіжній цільовій аудиторії є чималою. Для її репрезентації та екранах часто використовують гумор, поширені для українського суспільства стереотипи тощо.

Найчастіше для реклами, адресованій молоді, знімаються молоді люди. Наприклад, у ролику чаю Lipton головним героєм є хлопець років 25 на велосипеді, для реклами великої кількості солодощів залучені молоді жінки (наприклад, шоколад «Корона», «Світоч»), закохані пари («Raffaello») або хлопці (як правило, реклама батончиків тощо).

Майже у кожному рекламному ролику його персонажі демонструють радість від користування чи вживання рекламованого товару на власному прикладі. Цей прийом використовують як на початку, так і в будь-якій іншій частині ролика. До прикладу, час Lipton п'ють на початку реклами, а після чого демонструють прекрасний світ та позитивні емоції. Проте варто відзначити, що показ світу з його радісної сторони позитивно впливає на формування культури молодого покоління, адже завдяки позитивній рекламі пересічні люди і в житті (за прикладом реклами) будуть усміхатися перехожим, вітатися тощо.

Таким чином, на рекламну комунікацію у сучасному суспільстві покладена немала роль у формуванні культури повсякденної сучасності. Реклама як якісна комерційна, так і соціальна мала би об'єднувати, впливати позитивно на більшість, зміцнювати зв'язки між різними соціальними групами, сприяти формуванню бережливого ставлення до національних традицій, культурної та природної спадщини тощо. У той же час варто вказати про деструктивний характер так званої шокової/девіантної реклами, яка теж в основному спрямована на молодіжну цільову аудиторію.

Література

1. Булах Т.Д Специфіка телевізійної реклами / Т. Д. Булах // Вісн. Харків. держ. акад. культури : зб. наук. пр. / М-во культури і туризму України, Харків. держ. акад. культури. - Харків, 2010. - Вип. 29.- С. 167–175.
2. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы / А. Лебедев-Любимов. - СПб. : Питер, 2002. - 368с.
3. Лелеко В.Д. Пространство повседневности в европейской культуре. –С.-Пб: Изд-во Санкт-Петербур. гос. ун-та культуры и искусств, 2002. – 320 с.
4. Сажина А. Реклама як чинник філософії побуту та культури повсякденності [Текст] / А. Сажина // Питання літературознавства. − 2009. − Вип. 77. − С. 303-307

5. Субота Є. В. Реклама на регіональному телебаченні як засіб впливу на споживача [Електронний ресурс] / Є. В. Субота // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв . Мистецтвознавство. Архітектура. − 2010. − № 1. − С. 50-54.

Зайниддин Рашидович Хўжаназаров,
Моҳинур Илич қизи Султонова
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара,Узбекистан

ФУНКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В современном обществе средства массовой информации обладают очень сильным влиянием. Без радио, телевидения и прессы сегодня невозможно представить нормального течения жизни. Они информируют население, развлекают его, агитируют, учат. И это далеко не все функции СМИ. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

Ключевые слова: слова: средства массовой информации , функции средств массовой информации , коммуникативная система общества, средства массовой информации, массовая коммуникация,система связи общество

У сучасному суспільстві засоби масової інформації мають дуже сильним впливом. Без радіо, телебачення та преси сьогодні неможливо уявити нормального перебігу життя. Вони інформують населення, розважають його, агітують, вчать. І це далеко не всі функції ЗМІ. Розглянемо деякі з них більш детально.

Ключевые слова: Інформація massovoy ЗАСОБИ Функція massovoy ЗАСОБІВ Інформація про систему kommunikativnaya massovoy і Товариство ЗАСОБИ інформація системі зв'язку massovaya Зв'язки і Суспільство

In modern society, the media have a very strong influence. Without radio, television and the press today it is impossible to imagine the normal course of life. They inform the public, entertain it, agitate, teach. And this is not all the functions of the media. Let's consider some of them in more detail.

Keywords: sredstva Information massovoy function sredstv massovoy information system kommunikativnaya Obshchestvo sredstva massovoy information, massovaya communication system svyazi Obshchestvo

Рассмотрение и анализ функций любой системы социальной деятельности - важнейший момент ее теории.

Это связано с тем, что процессы, происходящие в каждой системе социальной деятельности, определяются, в конечном счете, тем, что она осуществляет определенную функцию в более широком целом.

Вообще у СМИ огромное количество функций в совершенно разных сферах.

1. коммуникативную - функцию общения, налаживания контакта, которую автор называет исходной функцией журналистики;

2. непосредственно-организаторскую, в которой наиболее наглядно проявляется роль журналистики как "четвертой власти" в обществе;

3. идеологическую (социально-ориентирующую), связанную со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на самосознание людей, их идеалы и стремления, включая мотивацию поведенческих актов;

4. культурно-образовательную, заключающуюся, по мнению автора, в том, чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека;

5. рекламно-справочную, связанную с удовлетворением утилитарных запросов в связи с миром увлечений разных слоев

аудитории (сад, огород, туризм, коллекционирование, шахматы и т.д. и т.п.);

6. рекреативную (развлечения, снятия напряжения, получение удовольствия).

Журналистика является четвертой властью в обществе, она влияет на мировоззрение и взгляды людей, мотивирует их поведение. Следовательно, эту функцию можно объединить с идеологической. Однако СМИ проявляют себя в совершенно различных сферах, в каждой из которых СМИ выполняют свою определенную функцию.

В каждой из этих сфер СМИ играют свои социальные роли:

1. производственно-экономическую,
2. регулирующую,
3. духовно-идеологическую,
4. информационно-коммуникативную.

Так, в экономической области она становится элементом системы производства, приобретает качества товара. В социальном измерении главным является сбор, накопление, хранение, переработка и распространение информации.

В духовной сфере пресса выполняет познавательную, образовательную, воспитательную функции, свойственные всем идеологическим институтам.

Автор полагает, что ролевой подход дает возможность описать сложный комплекс функционирования СМИ. Возможно, но автор считает, что быть товаром есть функция журналистики – а это, по всей видимости, преувеличение, поскольку товар – это продукт труда, способный удовлетворять какую-либо человеческую потребность и предназначенный для обмена, но каким образом журналистика может служить продуктом обмена. В данном случае это не функция журналистики, а функция информации, которую обрабатывает журналистика.

Так же, как и сбор, хранение и т.д. информации, так как это слишком ограниченное определение функции в социальной сфере.

Автор также определяет субъектов, которые оказывают влияние на формирование функций СМИ.

Генеральным субъектом по отношению к журналистике является общество. На удовлетворение потребностей всего общества направлены функции интеграции познания, выполняемые журналистикой. Отдельные социальные структуры, как субъекты, своими потребностями в завоевании и удержании власти определяют такие функции журналистики, как пропаганда, агитация, организация. Личность определяет функции ориентации, морально–психологического удовлетворения.

Для такого специфического вида социальных субъектов, как журналисты, журналистика выполняет служебно-профессиональную и творческую функции.

Однако вызывает сомнение само деление субъектов, поскольку журналист может выполнять не только творческую и профессиональные функции, но также использовать прессу в своих собственных интересах.

Автор полагает возможным различать еще и социальное назначение журналистики, или ее генеральную функцию, которая состоит в регулирующем и преобразующем воздействии на социальную практику в соответствии с актуальными общественными интересами. Но при этом автор не связывает эту функцию ни с одним субъектом.

Но данные авторы, по всей видимости, отождествляют функции журналистики и функции СМИ. Функции средств массовой информации более разнообразны и журналистика не исчерпывает весь спектр деятельности СМИ. Однако, различная деятельность средств массовой информации выходит за рамки деятельности журналистики, как, например, прямая трансляция по телевидению заседания какого-либо съезда или сессии парламента, трансляция по телевидению или радио балета (спектакля, эстрадного концерта), публикация (оглашение) законодательных актов, указов и прочих нормативных

актов государственных властей, трансляция урока английского (или любого другого) языка, трансляция (публикация) программы передач, сводки погоды, рекламы очередного товара. То есть понятие “журналистика” может появиться тогда и только тогда, когда дается оценка текущему событию. Только при этих условиях комментатор становится журналистом, а комментарий - элементом журналистской деятельности.

Таким образом, различные авторы по-разному рассматривают функции средств массовой информации. Самое простое разделение функций можно встретить в современных исследованиях

1. гуманитарные функции СМИ - информирование, образование, развлечение и т.п.;

2. политические функции СМИ - формирование массового общественного сознания и/или направленное влияние на отдельные группы населения.

Видимо, эти функции названы политическими, поскольку политическая власть воздействует на общественное мнение, формирует определенную идеологию в массах, привлекает к политическим идеям различные группы лиц. Особенно сильно процесс влияния на общественное мнение происходит во время политических выборов, когда внедряются установки, стереотипы, навязываются свои цели и человек побуждается к определенному действию.

Ірина Ботнар
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Анотація. *Увага зосереджується на проблемах стану сучасного регіонального телебачення. Розглядаються варіанти підвищення його популярності. Описуються етапи роботи журналіста в телевізійній сфері.*

Ключові слова: *тележурналістика, журналістський сюжет, синхрон, коментар за кадром, «підводка», «стенд-ап».*

Аннотация. *Внимание сосредотачивается на проблемах состояния современного регионального телевидения. Рассматриваются варианты повышения его популярности. Описываются этапы работы журналиста в телевизионной сфере.*

Ключевые слова: *тележурналистика, журналистский сюжет, синхрон, комментарий за кадром, «подводка», «стэнд-ап».*

Abstract. *The attention focuses on the problems of the modern regional television's conditions. They consider options to improve its popularity. Some stages of tv journalist's work describes by.*

Key words: *TV journalism, journalistic story, sound bite, voiceover, connection to video, «stand up».*

У сучасному світі людина не відчуває дефіциту інформації, інтернет-павутиння оповило земну кулю. Через це молоде покоління віддає перевагу більш зручному способу отримання інформації, що не залежить від жорстких часових меж, як у телебаченні. В результаті телебачення втрачає частину кола глядачів (працююча молодь та люди середнього віку, студенти та учні старших класів), що, в свою чергу, посприяло думці, що телебачення — атрибут людей похилого віку.

Журналіст «Українського тижня» Дмитро Крапивенко у публікації під назвою «Українці проти телевізора» виокремив

причини, через які українці відмовляються від телебачення та пояснив кожну з них. Першою причиною він назвав Інтернет: «Мережа поступово, але впевнено знищує монополію ТБ. Як на розваги, так і на інформацію. Жодне гумористичне шоу не здатне конкурувати з Youtube, як жодне реаліті-шоу — з соціальними мережами. В інтернеті немає потреби чекати на час випуску новин — вони завжди під рукою в режимі он-лайн» [3].

Фахівці у сфері теле-радіомовлення стосовно даної проблеми мають різні думки та рекомендації щодо правильного планування сітки мовлення на регіональному (місцевому) телебаченні**. Генеральний директор каналу ICTV Олександр Богуцький** вважає, що «єдине джерело успіху регіонального телебачення — місцеві програми, насамперед, новини. Розвиток місцевих інтересів і можливість повністю відобразити їх на місці — запорука успіху, розвитку і добробуту місцевого (регіонального) телебачення».

Олег Чернишов, директор з розвитку та зв'язків регіонального телебачення, («Новий канал»), вважає, що першочергово на регіональному телеканалі необхідно вдало поділити ефірний час. Експерт радить більшу частину програмного наповнення віддавати мережевій телекомпанії, а «місцевому чи регіональному телебаченню визначений відлік часу, так званого вікна, оскільки більше ніж півтора години якісного матеріалу місцева телекомпанія зробити не в змозі... Така модель найбільш повно враховує інтереси місцевих та регіональних телекомпаній. І саме в такій ситуації вони зможуть нормально функціонувати в правовому полі» [3].

Перед працівниками регіональних телебачень стоїть складне та відповідальне завдання — залучити глядача, а для цього необхідно зламати стереотип про корумпованість телебачення, висвітлювати злободенні події, зуміти зацікавити та багато іншого.

Валерій Калниш, випусковий редактор ЗНТРК «ТВ-5» (Запоріжжя) зазначає, що «на регіональні ЗМІ є значно більший тиск зі сторони власників. Викликано це і територіальною близькістю, і локальністю інтересів, і кон'юнктурою ринку професіоналів у

провінції, і рівнем зарплат». Отже, кореспондент або обирає висвітлювати події так, як «пропонує» йому власник, або ж на телеканалі оголошується про вакансію. В результаті першого випадку канал втрачає обуреного лицемірством глядача. Також редактор запевняє, що «змінити регіональне ТБ може тільки створення мережі регіональних телекомпаній. І відмінність із загальнонаціональними каналами була б разюча — це не погляд на події зі столиці, а погляд зі всіх сторін [3].

Журналіст регіонального телебачення повинен створити інформаційний продукт та популяризувати його додатково у соціальних мережах, що, в свою чергу, привертає увагу інтернет-споживачів саме до регіонального телеканалу.

Особливу увагу слід приділити відбору кадрів. Журналіст регіонального рівня повинен мати певні характеристики: порядність, інтелігентність, вихованість, грамотність, комунікабельність доброзичливість, чистота репутації. Тільки дотримуючись таких вимог до кандидатів в працівники, можна забезпечити платформу довіри серед населення.

О. В. Лаврик виокремлює принципи соціальної позиції журналіста: ***гуманізм***, що поєднує в собі вимоги до журналістської діяльності, розуміння людини як найвищої цінності, повага до гідності та розуму людини забезпечення миру і злагоди в суспільстві; ***патріотизм*** як захист інтересів своєї країни та народу; ***інтернаціоналізм*** — знайомство читача зі світом; ***демократизм*** та його аспекти: орієнтація на народ, доступність інформації за формою, ціною тощо; ***правдивість*** як адекватність створюваною ЗМІ картини світу; ***оперативність*** як здатність вчасно готувати матеріал та інформувати громадян у стислі терміни; ***масовість*** як спрямованість на широку аудиторію [4;18].

Одним із варіантів залучення аудиторії є створення нових програм. Проте навіть творчий та енергійний колектив наштовхується на труднощі під час реалізації своїх нових ідей та проектів. Банальна

нестача фінансів стає перешкодою на шляху до реалізації задумів. Саме на регіональних телеканалах можемо бачити приклади самовідданої праці заради спільної мети.

Журналістика — професія колективна. Від взаємодії всіх членів команди залежить якість кінцевого матеріалу. Відправляючись на місце подій, журналіст має коротко описати головну проблематику матеріалу відео оператору.

Інтерв'ю — одний з найвідповідальніших етапів під час роботи над телевізійним сюжетом. Це бесіда з респондентом, яка повинна бути продумана, спланована та чітко структурована заздалегідь, оскільки саме в цей момент журналіст, спілкуючись, може або підвищити власний авторитет та імідж студії, або, навпаки, погіршити його чи навіть знищити. Журналіст повинен детально ознайомитися з темою (проблемою), сформулювати питання, продумати варіанти ситуацій або навіть казусів, що можуть виникнути, вміти оминути їх та коректно вирішити будь-який конфлікт.

Під час інтерв'ю журналіст набирає необхідні для репортажу синхрони ***(Синхрон*** *(від ін-грец. σύν, σύγ — «разом» + χρόνος — «час») — жаргонний термін, поширений на телебаченні і позначає зафіксований на плівку або на камеру фрагмент інтерв'ю або публічного виступу учасника або очевидця події, експерта)*, які у процесі створення сюжету будут використані, як для написання коментаря за кадром (КЗК***) (Коментар за кадром (КЗК)*** *— це промова, що виголошується диктором. КЗК має точно пояснювати відеоряд)* [1], так і для демонстрації на екрані уривку з інтерв'ю. Стандартний хронометраж синхрону — до 30 секунд. Якщо можливість скоротити синхрон відсутня (у випадку, коли питання потребує більш детального опису), журналіст повинен разом із монтажером узгодити, яку, так звану, «перебивку», буде використано. Тобто короткий фрагмент відеоряду з місця подій (до 5 секунд) під час монтажу накладається на фрагмент інтерв'ю. Таким чином, голос респондента тимчасово стає коментарем за кадром.

Під час інтерв'ю журналіст разом із відеооператором повинен дотримуватися наступних вимог:

Інтерв'юер має стояти трохи косо обличчям до журналіста, а не прямо дивитися в камеру.

Чиновників та керівників служб або установ в кабінеті не слід знімати за столом. Необхідно попросити людину сісти біля столу або стояти під час інтерв'ю.

Камера має бути за спиною журналіста.

Перед записом інтерв'ю журналіст і оператор мають переконатися в тому, що в кадрі немає зайвих предметів (шнур від мікрофону, зайві предмети на полицях).

Інтерв'ю з респондентом краще записувати на вулиці (звісно, якщо цьому відповідають погодні умови).

Після інтерв'ю слід розкадрувати героя і журналіста, відзняти атмосферу (елементи в кабінеті або те, що відбувається на вулиці в момент зйомок).

Журналістський сюжет, що призначений для виходу в ефір, складається з коментаря за кадром (КЗК) та синхронів. Під час обирання необхідних для сюжету синхронів журналіст зазначає у монтажному плані тайм-коди ***(Тайм-код** — це інформація, яка прописується на відеоплівку при запису і відповідає кадру плівки)*. Також до сюжету журналіст повинен написати «підводку» ***(«Підводка»** — вступна частина телепередачі, яка вводить телеглядача в курс теми, допомагає зорієнтуватися в обстановці, ознайомитися з учасниками передачі тощо.для ведучого програми, в рамках якої вийде даний сюжет)* [1].

До тексту коментаря за кадром висуваються такі вимоги:

Відсутність складних речень.

Уникнення використання зворотів, метафор, евфемізмів, епітетів, будь-яких інших художніх засобів, канцеляризмів, штампів, зайвих слів.

Пояснення специфічної термінології в коментарі за кадром або за допомогою відеоряду точно відобразити даний термін чи поняття.

Об'єм ліду — максимум 20 слів.

Використання милозвучних словосполучень, тобто, тих, що легко сприймаються слухачем та легко вимовляються.

Уникати двозначностей або неточностей. Якщо в друкованому тексті можна використати лапки для того, аби показати певний тон або зміст, то в телесюжеті при необхідності використовується фрази: «так званий…» або «як це ще називають…».

Журналіст повинен на високому рівні володіти комунікативними навичками. Йому необхідно створити сприятливі умови задля того, аби респондент був налаштований дати інтерв'ю. Якщо респондент відмовляється від інтерв'ю через власну невпевненість, то кореспондент може нагадати про його сильні сторони, наприклад: «Недаремно ти — капітан команди, отож дуже рішучий, хто ж, якщо не ти?»

Слід приділити увагу також такому елементу діяльності журналіста, як стенд-ап. ***(Стенд-ап*** *(від англ. standup — стійка) — вербальний репортерський прийом, коли журналіст працює безпосередньо в кадрі, часто — на місці освітлюваної події. Альтернативний термін — репортерська стійка* [1].

«Стенд-ап» необхідно продумати перед виходом на зйомку. Важливо спланувати, де «стенд-ап» буде в структурі матеріалу (на початку, всередині або вкінці). Ефектніші «стенд-апи» — «мости» ті, які допомагають глядачу перенестися від однієї думки в іншу, з одного місця в інше і т.д. Основна вимога до «стенд-апу» — це динаміка та природність; журналіст стає учасником події та віртуально переносить туди глядача. Обов'язковими тут є наступні фрази: «За моєю спиною», «Переді мною», «Тільки що ми бачили», «На цій вулиці», «В цьому районі», «Тут, в місті».

Наостанок нами було залишено «візитівку» будь-якого телевізійного журналіста — його голос, а точніше, вміння ним правильно користуватися. Інтонація повинна бути доречно

застосована, вона не повинна дратувати реципієнта. Аби підтримувати та розвивати можливості голосу журналістам слід щодня тренуватися, першочергово — проговорювати скоромовки та виконувати вправи, пов'язані із диханням та збільшенням об'єму легень.

Підсумовуючи вищезгадане, можна дійти висновку, що наше сьогодення переповнене різноманітною інформацією, яка подається за допомогою різних каналів. Телебачення в силу своєї різнобічності є одним з найвпливовіших видів ЗМІ, яке поступово втрачає провідні позиції за популярністю через низку причин. Завдання тележурналіста, а насамперед, регіонального — це утримати прискіпливого та зневіреного глядача. Можливо це зробити лише вдавшись до якомога більшої кількості способів вирішення проблеми.

Література

Словник професійних термінів і жаргонізмів журналіста [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://journ-port.at.ua/publ/144-1-0-495.

Телекритика [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ru.telekritika.ua.

Крапивенко, Д. Українці проти телевізора [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://tyzhden.ua/Culture/8098?attempt=1.

Лаврик, О. В. Основи журналістики [Текст] / О. В. Лаврик // Навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». – Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – 73 с.

Лариса Ященко, Наталія Шокун
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У РЕКЛАМНОМУ БІЗНЕСІ

***Анотація**: Розглядається роль та місце інформаційної аналітики як інструменту прийняття рішення в рекламній сфері. Виділяються основні напрямки сучасної аналітичної діяльності, представлені в наукових джерелах.*

Обгрунтовується доцільність застосування інформаційно-аналітичних досліджень при розробці стратегії створення та функціонування рекламної агенції.

***Ключові слова**: інформаційна аналітика, прийняття рішень, рекламний бізнес, рекламна агенція повного циклу.*

***Аннотация**: Рассматривается роль и место информационной аналитики как инструмента принятия решения в рекламной сфере. Выделяются основные направления современной аналитической деятельности, представленные в научных источниках.*

Обосновывается целесообразность применения информационно-аналитических исследований при разработке стратегии создания и функционирования рекламного агентства.

***Ключевые слова**: информационная аналитика, принятие решений, рекламный бизнес, рекламное агентство полного цикла.*

***Summary** The role and place of informational analytics as a tool of decision-making in advertising field is researched. The main streams of modern analytics, presented in scientific resources, are emphasized. The appropriateness of applying the informational and analytic researches while working out strategies of making and functioning the advertising agency is explained.*

***Keywords:** information analysis, decision making, business advertising, advertising agency full cycle.*

Актуальність статті зумовлена проникненням і поширенням

інформаційної аналітики в усі сфери діяльності. Оскільки в останні десятиліття феномен аналітики визнаний необхідним інструментом управління складними процесами, поглиблене вивчення інформаційно-аналітичних методик є пріоритетною задачею для майбутніх фахівців-аналітиків. В останні десятиліття з'являється все більша кількість спеціалізованих аналітичних структур і підрозділів в різних установах та підприємствах. Цей факт свідчить про те, що їхня керівна ланка усвідомлює важливість аналітичного забезпечення прийняття рішень, для чого активно впроваджуються автоматизовані інформаційно-аналітичні системи та залучаються професійні кадри аналітиків.

На сьогодні інформаційна аналітика затребувана в усіх сферах соціально-економічної діяльності, зокрема, в рекламному бізнесі, який стрімко розвивається.

Останнім часом в Україні рекламні послуги користуються великим попитом, у зв'язку з чим виникає нагальна потреба їх вдосконалення шляхом підвищення якості управлінських рішень. В цьому контексті інформаційно-аналітична діяльність відіграє надзвичайно важливу роль.

Мета статті - визначення необхідності застосування інформаційно-аналітичних досліджень в рекламній сфері.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

1. виявити існуючі напрямки в науковій літературі щодо сутності інформаційної аналітики;

2. визначити напрямки застосування аналітичних досліджень для прийняття управлінських рішень в рекламній сфері.

Інформаційна аналітика в сучасному світі - це продукт низки конструктивних, творчих загальноцивілізаційних тенденцій, що характеризують розвиток людської спільноти на рубежі століть і тисячоліть: процесу глобалізації, тенденції до формування пріоритетів стійкого розвитку цивілізації та інформатизації [8].

Аналітична діяльність нерозривно пов'язана з процесом інтелектуального дорослішання людства. Починаючи з античних часів, нею займалися кращі і передові уми всіх народів [4].

Аналітика - це цілісна сукупність принципів методологічного, організаційного та технологічного забезпечення індивідуальної і колективної розумової діяльності, що дозволяє ефективно обробляти інформацію з метою вдосконалення якості наявних і придбання нових знань, а також підготовки інформаційної бази для прийняття оптимальних управлінських рішень [2].

Сутність поняття аналітичної діяльності в її сучасному розумінні остаточно не встановлено, з огляду на надзвичайну складність предмету та появу нових напрямків, обумовлених технічним прогресом. У зв’язку з цим ми вважаємо за доцільне навести ряд її визначень, запропонованих відомими теоретиками та практиками аналітики.

Проаналізувавши низку джерел, можна виділити 4 основних напрямків інформаційної аналітики.

Першим напрямком є інформаційна аналітика як інструмент інформаційної безпеки. Так, Е.А. Степанов і І.К. Корнєєв [9] визначають аналітичну діяльність таким чином:

• Аналітична робота - комплексне дослідження різної цільової спрямованості, призначене для виявлення, структуризації і вивчення небезпечних об'єктивних і суб'єктивних, потенційних і реальних ситуацій, які можуть створити ризик для економічної безпеки фірми, її діяльності, персоналу, привести до матеріальних, фінансових чи інших збитків, падіння престижу фірми або її продукції.

• Аналітична робота ведеться службою безпеки або інформаційно-аналітичною службою фірми, носить превентивний, інформаційний характер і використовує в якості інструменту обліковий апарат, призначений для фіксування (протоколювання) необхідних для аналізу відомостей.

• Аналітична робота спрямована на виявлення каналів несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації, на роботу з

джерелами конфіденційної інформації і виявлення джерел загрози, а також на роботу з каналом об'єктивного поширення конфіденційної інформації.

У структурі цього напрямку доцільно виділити бізнес-розвідку (синоніми «ділова розвідка, »конкурентна розвідка»), яка покликана через систематичний збір та аналіз відомостей про динаміку ринку та конкурентне середовище забезпечувати виживання та розвиток бізнес-структур у жорстких та мінливих умовах сучасного бізнесу.

Сляднєва Н. А. очолює напрям аналітики, який пропонує більш широке розуміння поняття. Зокрема, авторка вважає, що «аналітика найбільш близька до гуманітарної науки, що спирається на герменевтичні методи (мистецтво тлумачення давніх текстів, вчення про принципи їх інтерпретації)». [8] Таке бачення представлене також в працях багатьох провідних вчених, зокрема, Кузнецова І.Н.[3]? Кривобокової А.Н., Пушкашу Д.Н. та інш., які розглядають аналітику, з одного боку, як різновид науково-дослідної роботи, а з іншого – як самостійну галузь інтелектуальної діяльності.

Так, Сляднєва Н. А., відзначаючи принципові відмінності між наукою і аналітикою, пише, що «науковий аналіз покликаний виявляти, перш за все, фундаментальні, об'єктивні закономірності досліджуваної області, що повторюються, істотні зв'язки об'єктів, узагальнені параметри процесів і т.п.». Інформаційна аналітика натомість, спираючись на наукові знання, загальні закономірності, найчастіше має справу з феноменологією буття (головна теза феноменології: спрямованість свідомості на об'єкт, немає об'єкта без суб'єкта, об'єкт - «чистий досвід», суб'єкт - «чиста свідомість»), оскільки дозволяє здійснювати оцінку фактів і подій, прогнозувати їх розвиток з урахуванням не тільки узагальнених типових параметрів, а й цілого спектра факторів, включаючи суб'єктивно-особистісні, випадкові впливи, а також свідомі акції конкуруючих сил, протиборство інтересів, активне втручання соціальних технологій і т. п. [8]

Термін "Інформаційно-аналітична" представляє собою складний прикметник, а саме:

• інформаційна - відносно самостійна діяльність спеціально підготовлених фахівців, зайнятих пошуком, відбором, обробкою, накопиченням, узагальненням і збереженням інформаційних одиниць (перший етап процесу інформаційно-аналітичного забезпечення в системі управління будь-якого механізму);

• аналітична - як похідний другий етап процесу інформаційно-аналітичного забезпечення в системі управління будь-якого механізму: виробництво спеціально підготовленими фахівцями на підставі наявних інформаційних одиниць і складних розумових процесів нового знання про явища або події. [8]

Окремим надзвичайно перспективним напрямком аналітики, який є продуктом епохи інформатизації, є технологізація аналітичної діяльності у вигляді автоматизованих інформаційно-аналітичних систем (систем підтримки прийняття рішень, експертних систем тощо). Комп’ютерні інформаційно-аналітичні технології мають велике майбутнє, оскільки дозволяють:

1. Знизити навантаження на людину, яка приймає рішення, за рахунок здійснення первинної фільтрації потоку інформаційних даних

2. Звільнити фахівця-аналітика від рутинної роботи з систематизації і реферування даних

3. Підвищити системність сприйняття інформаційних даних про стан за рахунок введення процедур інтеграції інформації

4. Забезпечити перетворення інформаційних даних про стан до виду, більш зручному для сприйняття аналітиком

5. Автоматизувати пошук аргументації на підтвердження або спростування висунутих аналітиком гіпотез

6. Забезпечити автоматичну індикацію логічно суперечливих інформаційних даних (при наявності відповідних процедур їх формалізації)

7. Забезпечити автоматичну індикацію очікуваних подій за рахунок постановки завдань автоматизованим системам

8. Підвищити ефективність інформаційно-аналітичної роботи за рахунок алгоритмізації та стандартизації аналітичних процедур

9. Забезпечити вищу психологічну стійкість експерта-аналітика до стресових впливів за рахунок застосування спеціальних методик [7].

Останнім і вкрай важливим напрямком є спеціалізована інформаційно-аналітична діяльність як компонент сучасного управлінського процесу. У певному сенсі даний напрямок є поєднанням усіх попередніх, оскільки в кінцевому рахунку кількісно-якісний аналіз інформаційних потоків та семантичне перетворення вхідних даних суттєво впливає на якість прийнятих рішень. Інформаційно-аналітичне забезпечення якості рішення оцінюється сукупністю критеріїв, серед яких можна виділити:

• своєчасність (в тому числі оперативність);

• релевантність;

• можливість виконання (реальність);

• зв'язок з кінцевим результатом (робота на нього).

Аналіз завжди передує прийняттю рішень і слідує за ним. Сьогодні значення інформаційно-аналітичного забезпечення управлінських рішень набуває нові грані:

1) перш за все, нагальне завдання оновлення систем інформації, які склалися на підприємстві в попередні роки: значна маса інформації швидко морально застаріває;

2) інше завдання, не менш значуще, - необхідність вирішення проблем дублювання інформаційних потоків, невідповідності даних по аналогічним показникам, що містяться в різних інформаційних носіях;

3) необхідність чіткої диференціації інформації на поточну і перспективну, потрібну і непотрібну (зайву), значиму і малозначиму;

4) необхідність перенавчання фахівців, які приймають рішення на всіх ієрархічних рівнях, зокрема, орієнтація цих фахівців на оволодіння прийомами аналізу.

В даний час аналітична інформація все більше набуває характеру товару і перетворюється на об'єкт змагальності. Він стає невід'ємною

складовою частиною виробничого потенціалу підприємства, граючи сполучну роль між суб'єктом і об'єктом управління. Звичайно, слід враховувати, що зміст поняття «інформація» широке, воно включає: обсяг наукових знань у вигляді конкретних результатів; виробничого персоналу; інформаційний ресурс, тобто вид інформації та ін. [9].

В умовах сучасного ринку проведення аналітичних досліджень є необхідним компонентом будь-якого бізнесу. Важливу роль інформаційно-аналітичне забезпечення відіграє і в процесі прийняття управлінських рішень в рекламному бізнесі.

У XXI столітті набирають популярності рекламні агенції повного циклу.

Глосарій маркетингу і реклами визначає агенцію повного циклу (full service agency) як рекламну агенцію, яка забезпечує маркетингові очікування клієнта і виконує наступні функції: дослідження, аналіз, управління рахунком, розробка творчих концепцій, закупівля рекламних площ, виробництво рекламних матеріалів. [1]

А. Н. Мудров в своєму підручнику «Основи реклами» уточнює, що рекламна агенція повного циклу «виконує усе рекламне замовлення, як то кажуть «під ключ»: від зародження ідеї до отримання рекламного продукту». [5]

Ці рекламні агенції - компанії зі своїм виробництвом рекламної продукції, зі своїми фахівцями у всіх напрямках маркетингових комунікацій. Рекламна агенція повного циклу прагне охопити всі можливі види реклами.

Зрозуміло, що створення подібної організації вимагає комплексного підходу, втім структуру такої агенції можна представити приблизно так:

•Відділ по роботі з клієнтами;

• Відділ стратегічного планування;

• Творчий відділ;

•Виробничий відділ ;

• Відділ медіапланування;

• Відділ медіабаїнгу.

Основною проблемою для потенційного клієнта, який шукає належну рекламну агенцію, можна вважати те, що більшість з них, які позиціонують себе як агенції повного циклу, в дійсності такими не є. Насправді, охопити всі види реклами і надати комплексні послуги на високому рівні, досить складно.

До того ж часто виявляється, що для клієнта працювати з великою кількістю малих рекламних агенцій вузької спеціалізації вигідніше й ефективніше. Питання про те, що ефективніше - повний цикл або вузькоспеціалізована агенція - у теоретиків реклами та дослідників ринку в даний момент є відкритим.

На практиці для підтримки рішення про створення моделі майбутньої рекламної агенції інформаційна аналітика в контексті бізнес-аналітики, особливо в її прикладному напрямі – бізнес-розвідці - якраз і виходить на перший план і виконує дуже важливу місію. В цьому контексті метою аналітичного розвідувального циклу обробки інформації (РЦОІ) є розробка прогнозу про доцільність або недоцільність відкриття рекламної агенції повного циклу. Для цього необхідно здійснити комплексне дослідження ринку рекламних послуг:

1. виявити максимально повний перелік рекламних агенцій в заданому регіоні;

2. виявити в ньому реальні рекламні агенцій повного циклу та визначити їхню питому вагу в конкурентному середовищі;

3. проаналізувати спектр їхніх послуг з визначенням відповідності очікуванням клієнта;

4. виявити можливий еталон агенції за сукупністю критеріїв (якість офіційного сайту як наочний показник ефективності, кількість задоволених клієнтів тощо)

Кінцевим результатом дослідження є надання особі, що приймає рішення, повного розгорнутого аналітичного звіту про доцільність/недоцільність відкриття агенції повного циклу. Створене ситуативне знання може бути вирішальним не тільки для відкриття, але

й для перспектив подальшого функціонування агенції, оскільки воно здатне в достатній мірі врахувати можливі ризики та дати прогнози на майбутнє.

Таким чином, можна зробити висновок про важливість і відповідальність інформаційно-аналітичного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень в рекламному бізнесі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Глоссарий маркетинга и рекламы [Електронний ресурс] - Интернет-издательство "АртВебМедиа". - Режим доступу: http://www.artwebmedia.ru/glossary/?q=278

2. Захарова І.В., Філіпова Л.Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності. Навч.пос. / Л.Я. Філіпова. - К., Вид. Центр учбової літератури ». - 2013. - 335 с.

3. Кузнєцов І.М. Інформація: пошук, аналіз, захист: підручник з інформаційно-аналітичної роботи [Електронний ресурс] / І.М. Кузнєцов. - М.: Яуза. - 2005. - 320 с.

4. Курносов Ю.В. Аналітика: методологія, технологія і організація інформаційно аналітичної роботи / Ю.В. Курносов, П.Ю. Конотопом. - М.: Русак, 2004. - 512 с.

5. Мудров А. Н. Основы рекламы [Електронний ресурс] / А. Н. Мудров . - Режим доступу: http://www.alleng.ru/d/mark/mark038.htm

6. Практична аналітика. Авторські курси Е.І.Гаврюшина [Електроний ресурс] - Режим доступу: www.analytics.ru

7. Петрик В.М. Соціально-правові основи інформаційної безпеки. Навч. посібник [Електронний ресурс] / В.М. Петрик. - Режим доступу: http://uchebnikionline.com/

8. Сляднєва Н.А. Інформаційно-аналітична діяльність: проблеми і перспективи [Електронний ресурс] / Н.А. Сляднєва // Інформаційні ресурси Росії. - 2001. - No 2.

9. Степанов Е. А. Информационная безопасность и защита информации : учеб. пособие / Е. А. Степанов, И. К. Корнеев. – М. : Инфра-М, 2001. – 304 с.

10. Танашева О.Г. Інформаційно-аналітичне забезпечення управлінської діяльності [Електронний ресурс] / О.Г. Танашева - С. 77-79. - Режим доступу: http://www.lib.csu.ru/vch/8/2000_01/025.pdf

Сергей Мельник, Вікторія Пучкова
Одесский нацинальный политехнический университет
Одеса, Украина

О ФОРМИРОВАНИИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА (на примере игровой коммуникации)

В статье рассматривается личностно-ориентированная методика на примере игрового тренинга в формировании коммуникативной компетентности будущего специалиста. Так же установлены концепции коммуникативной компетентности, оказывающие влияние на высокую квалификацию специалиста: мотивационный, когнитивный, оценочный.

Ключевые слова: *игровой тренинг, коммуникативная компетентность, мотивационная концепция, когнитивная концепция, оценочная концепция.*

У статті розглядається особистісно-орієнтована методика на прикладі тренінгу у формуванні комунікативної компетентності майбутнього фахівця. Так само встановлені компоненти комунікативної компетентності, які впливають на високу кваліфікацію спеціаліста: мотиваційний, когнітивний, оцінний.

Ключові слова: *ігровий тренінг, комунікативна компетентність, мотиваційний компонент, когнітивний компонент, оцінний компонент.*

The article deals with student-oriented methodology for example gaming training in the formation of the communicative competence of the

future expert in the game means. Just installed the components of communicative competence, affecting highly qualified specialists: motivational, cognitive, evaluative.

Keywords: *gaming training, communicative competence, motivational component, cognitive component, evaluation component.*

Новые образовательные стандарты общего и высшего образования особое внимание уделяют формированию коммуникативной компетентности как у школьников, так и у студентов, поскольку именно на раннем этапе развития индивида закладываются основы для развития «коммуникативного ядра личности» и необходимый для него комплекс личностных факторов, что в совокупности и определяет качество взаимодействия в социуме и перцептивные способности, включающие в себя умение общаться с людьми, черты характера, эмоциональные способности и т.п. [1; 18]. А новейшие требования и условия жизнедеятельности человека информационного общества ставят проблему формирования коммуникативной компетентности будущего специалиста в разряд фундаментальных основ существования общества, т.к. практически для любого вида человеческой деятельности главным является приобретение навыков коммуникации – межличностного и публичного общения (в том числе и с точки зрения отсутствия или наличия опосредующего технического аппарата, пример, ПК, мобильного телефона, смартфона, планшета и т.п.).

Ввиду того, что процесс грамотного обучения коммуникативным способностям весьма сложный и трудоемкий, то относительно развития коммуникативной компетентности чаще всего используются тренинги общения, которые состоят из определенного набора игр (деловых, дидактических, компьютерных, развивающих и других). Задачами формирования коммуникативной компетентности у будущего специалиста в подобных тренингах – повышение навыков культуры общения людей с помощью игровой деятельности, поскольку она является социоориентирующей и коллективной,

предполагая необходимость взаимодействия с людьми разных возрастов, национальностей и профессий.

На сегодняшний день, так называемая личностно-ориентированная методика (игровой тренинг) является одной из самых эффективных. Она дает возможность не только оптимизировать и стимулировать процесс обучения, но и является важным аспектом психологического комфорта и снятия умственного перенапряжения учащихся. Одним из первым кто показал коммуникативное качество и значение игры, как детской, так и взрослой, был швейцарский ученый К. Гросс. Он рассматривал игру как важное средство формирования и тренировки навыков, необходимых для развития будущей деятельности специалиста. Научная концепция К. Кросса была настолько привлекательной и оригинальной, что ученые из других стран стали также проводить свои исследования в социокоммуникативном аспекте игры относительно педагогики. Например, Т. Пироженко разработала методику использования коммуникативных игр на воспитание культуры общения у детей старшего дошкольного возраста. Таким образом, понятие коммуникации как игры расширилось, что позволило увидеть смысл и содержание действий коммуникантов относительно друг друга.

Подход к коммуникации с позиции теории ролей наибольшую известность получили благодаря Э. Берну и его теории трансакции, т.е. единицы общения. В своей теории он выделяет три состояния личности: *Взрослый, Ребенок, Родитель*. По мнению Э. Берна, человек в том или ином коммуникативном контакте находится в одном из состояний [2; 5]. Последователем теории ролей в коммуникации Берна стал Т. Эклер. Он разработал модель процесса коммуникации, которая эффективно применяется в сфере образования, управления, профессиональной деятельности, а также во время работы в команде и оценки прогнозирования личных и профессиональных качеств. С помощью этой модели можно формировать коммуникативную компетентность – осуществлять реализацию определенной

совокупности коммуникативных знаний, навыков, общепринятых норм, умений, реализации в профессиональной деятельности. Иными словами, это как таковая база для личности, которая готова учиться и саморазвиваться, и ее можно рассматривать как толчок в успешное будущее, т.к. она оказывает мощное воздействие на умы людей. Сам Т. Кэлер утверждал, что «процесс коммуникации используется успешно в компаниях, главным образом, как средство управления, а средство повышения продаж, как мощный маркетинговый инструмент для обследования, как политический избирательный инструмент, как динамический инструмент для более эффективного создания речи» [3].

По мнению британского ученого Д. Винникотта, детский психоанализм любой школы направления базируется на детской игре, из чего Д. Винникотт исходил, что коммуникативная компетентность закладывается уже непосредственно в совсем раннем детском возрасте, что и дает крепкий фундамент для развития в дальнейшем. Он полагал, что игра детей, на самом деле относится и ко взрослым играм, только там все намного сложнее, поскольку основной материал поступающий от пациента – это речевые сообщения. Он считал, что работая со взрослыми, необходимо быть готовым увидеть игру так же явно, как это происходит в работе с детьми. Она проявляется, например, в подборе слов, интонации голоса и, конечно же, в чувстве юмора [4; 33]. Согласно Д. Винникотту, все способности коммуницировать у человека закладываются задолго до вступления во взрослую жизнь. Таким образом, можно предположить, что наиболее эффективным средством воспитания культуры общения и формирования речевого этикета является игра как особый вид общения. В таком процессе осуществляется как коммуникативное, так и речевое взаимодействие. При этом игровая ситуация направлена на формирование собственной позиции по тому или иному вопросу. Она позволяет донести «правильность» своего мнения. С помощью вербальной и невербальной коммуникации доказать свою правоту и логику суждений.

Данная идея находит подтверждение в научных трудах Г. Лэндрета (и в частности в его основополагающей работе «Игровая терапия», где рассказывается о всех видах и подходах игровой терапии с ребенком). Профессор Лэнгрет настаивает на том, что необходимо уделять особое внимание игровому тренингу детско-родительских отношений, на котором следует сделать акцент, поскольку природа детско-родительских отношений имеет первостепенное значение для психического здоровья детей в настоящем и будущем [5; 151]. Этот фактор становится значительным в формировании коммуникативной компетентности уже с малых лет, потому как динамика отношений между родителями и ребенком влияет на развитие взаимоотношений индивида с социумом в более зрелом возрасте.

Ввиду вышеизложенного можно считать, что основой формирования коммуникативной компетентности могут послужить личностно-ориентированные методики – игровые тренинги (деловые игры, квесты (ролевые, интеллектуальные, экстремальные, салонные детективные игры и т.п.). Благодаря играм подобного рода каждый учащийся с большим успехом приобретает те или иные навыки, т.к. лучше понимает, распознает более конкретно свою модель взаимодействия, общения в коллективе. С помощью такого игрового комплекса активизируется учебная деятельность, предоставляется возможность моделировать ситуации разных сфер деятельности, что дает возможность анализировать и вырабатывать разные оптимальные действия в будущем. В этом отношении весьма созвучны идеи нидерландского философа и исследователя культуры – Й. Хёйзинга, автора фундаментального труда «Homo Ludens» (Человек играющий). Он подчеркивал, что человеческая игра во всех своих высших проявлениях что-то означает или что-то знаменует, из чего следует, что если не любая, то высшая, духовно насыщенная человеческая игра представляет собой ни что иное, как социальную коммуникацию [6; 207]. Тем самым можно утверждать, что игровые тренинги в качестве основы формирования коммуникативной компетентности дают

возможность создать и сплотить коллектив, настраивать на поиск оптимальных решений, а также дают возможность проявить и усовершенствовать творческие навыки индивида, развивают его умение ориентироваться в реальных жизненных ситуациях, способствуют его профессиональной устойчивости, целеустремленности к выполнению поставленной цели.

На сегодняшний день существуют так называемые степени формирования игровых тренингов: когнитивный, мотивационный и оценочный. Задача когнитивной концепции – указывать на хорошее знание базовых понятий, а также их применение. Мотивационная концепция позволяет определить удовлетворенность уровня собственных знаний, а также имеющийся смысл дальнейшего приобретения профессиональных знаний определенной деятельности. Оценочная концепция рассматривает слабые стороны и сильные, при этом приветствуется самокритика и самостоятельность разбора данной сложившейся ситуации.

Как показывает теория и практика, тренинговые занятия, базирующиеся на принципах игры (деловые игры, квесты (ролевые, интеллектуальные, экстремальные, салонные детективные игры и т.п.), имеют большой успех в подготовке сосредоточенных, самостоятельных, целеустремленных специалистов, которые приобретают знания разных сфер социокоммуникативной деятельности [7; 711]. Такие специалисты способны ставить и осуществлять поставленные цели, хорошо разбираться в базовых понятиях коммуникативной компетентности, а также уметь применять их. За счет такого комплексного подхода игры, большинство учащихся способны решать коммуникативные учебно-профессиональные ситуационные задачи.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ильин, Е.П.* Психология общения и межличностных отношений [Текст]/ Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.

2. *Берн,* Э. Люди, которые играют в игры [Текст] / Э. Берн. – Екатеринбург.: «ЛИТУР» 2002. – 576 с.

3. *Кэлер* Т. Что такое коммуникационный процесс? [Електронный ресурс]. – Режим доступа.: http://www.processcommunication.eu/

4. *Винникотт Д.* Игра и реальность [Текст] / Д. В. Винникотт. – М. : Институт общегуманитарных исследований, 2002. – 266 с.

5. *Лэндрет, Г. Л.* Игровая терапия: искусство отношений [Текст] / Г. Л. Лэндрет. – М. : Международная педагогическая академия, 1994. – 368 с.

6. *Хейзинга, Й.* Homo Ludens. Опыт определения игрового элемента культуры [Текст] / Й. Хейзинга. – М. : Прогресс-традиция, 1997. – 416 с.

7. *Чудакова, А. О.* Перспектива интерактивного метода «квест» в профессиональной подготовке студентов психолого-педагогического факультета / А. О Чудакова, С. О. Щелина // Молодой ученый. – 2014. – №21. – С. 709 – 712.

Олена Василенко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса,Україна

РОЛЬ КОМУНІКАТИВНИХ БАР'ЄРІВ У СОЦІАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті розкрито роль комунікативних бар'єрів у соціальній комунікації. Досліджено причини виникнення комунікативних бар'єрів, подано класифікацію комунікативних бар'єрів та характеристики комунікативного процесу.

Ключові слова: комунікація, комунікативні бар'єри, соціальна комунікація.

Annotation. The article reveals the role of communicative barriers in social communication. The causes of the appearance of communicative barriers are investigated, the classification of communicative barriers and the characteristics of the communicative process are presented.
Key words: communication, communication barriers, social communication.

На нашу думку, аналіз змісту комунікативних бар'єрів передбачає, висвітлення таких основних питань:

– поняття про комунікацію та її структуру;
– комунікативні бар'єри як складова комунікації;
– основні види комунікативних бар'єрів.

Що стосується комунікації та її структури, то слід, насамперед, зазначити, що комунікація (від англ. *communicate* – повідомляти. передавати) – це фундаментальна ознака людської культури, яка полягає в інтенсивному спілкуванні людей на основі обміну різного роду інформацією. Вона у тій чи іншій формі супроводжує кожний акт життєдіяльності суспільної людини; прикметною рисою комунікативних процесів є їх безперестанне кількісне та якісне зростання в часі, зумовлене всезагальним прогресом людства, постійне розширення їхнього географічного та ідеологічного простору, підсилене стрімким розвитком технічних засобів збереження та переробки інформації [7].

За іншим визначенням, *комунікація* – це зв'язуючий аспект соціальної взаємодії. За типом стосунків між учасниками комунікація буває міжособистісною, публічною та масовою. За засобами комунікацію розподіляють на вербальну (письмову та усну), невербальну (жест, міміка, мелодія тощо), речово-знакову (продукти виробництва, образотворчого мистецтва.

Часто припускають помилкове ототожнення комунікації та спілкування, хоча комунікативна функція, за Г. Андрєєвою, це лише одна з трьох сторін спілкування – комунікативної, інтерактивної та перцептивної. [1]. Подібну класифікацію функцій спілкування представлено в роботах А. Соколова [9]: комунікативну (яка охоплює

процеси прийому-передачі інформації), інтерактивну (пов'язану із взаємним коригуванням дій при здійсненні спільної діяльності) та перцептивну (ту, що відноситься до емоційної сфери людини).

Деякі дослідники додають ще й четверту сторону – фатичну (від лат. fatus – "дурний") – спрямовану на підтримку самого процесу спілкування, беззмістовну та таку, що нагадує теревені.

Комунікація пов'язана з виявленням специфіки інформаційного процесу між людьми як активними суб'єктами, тобто з урахуванням взаємин між партнерами, їх установок, цілей, намірів, що призводить не просто до „руху" інформації, а й до уточнення, збагачення тих знань, відомостей, поглядів, якими обмінюються люди.

Засобами комунікативного процесу є різні знакові системи, насамперед мовлення, а також оптико-кінетична система знаків (жести, міміка, пантоміміка), пара- і екстралінгвістичні системи (інтонація, немовленнєві вкраплення, наприклад, паузи), система організації простору і часу комунікації, і, нарешті, система „контакту очами" [1].

Важливою характеристикою комунікативного процесу є також намір його учасників вплинути один на одного, на поведінку партнера, забезпечити свою ідеальну представленість в іншому (персоналізацію), необхідною умовою чого виступає не просто використання однієї мови, але й однакове розуміння ситуації, в якій відбувається спілкування [7].

Питання комунікації, окрім фахівців із соціальних комунікацій аналізується, багатьма науками: мовознавством (Я. Пруха); філософією (Д. Дубровський); семантикою (Ю. Шрейдер); психологією (Г. Андреєва, Е. Берн, Б. Поршнєв та ін.) та іншими науками.

Що стосується психології, то Г. Келлі [12] наводить схему базових принципів процесу комунікації. Відправник інформації хоче довести свою думку до одержувача. Однак на форму повідомлення відправника впливає багато факторів, і вона залежить від індивідуального сприйняття певних висловів і формується під впливом переконань, настанов, цінностей, виховання та емоцій (див. рис. 1.1).

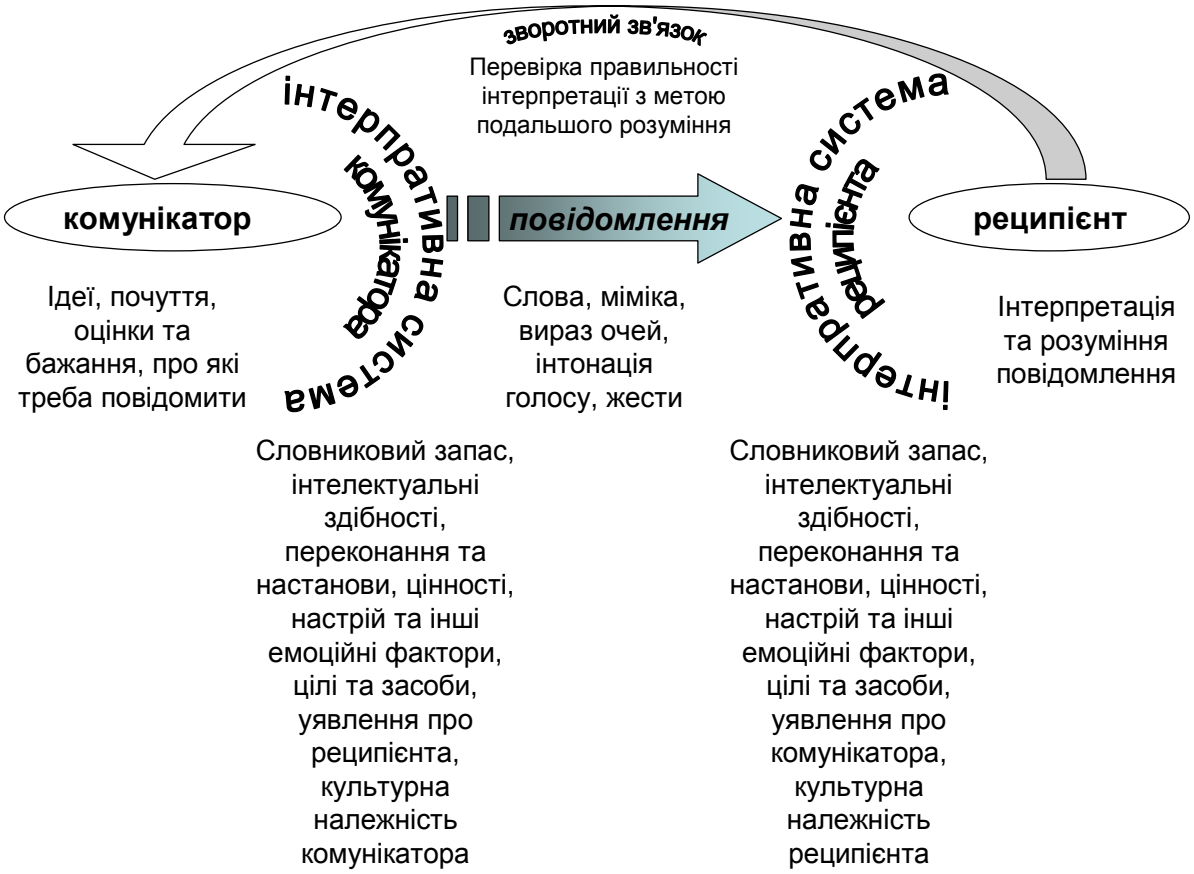


Рис. 1.1. Схема комунікативного процесу

Як видно із рис.1.1, все, що одна людина повідомляє іншій, проходить крізь фільтр індивідуальної системи інтерпретацій реципієнта. Тому повідомлення комунікатора може суттєво відрізнятися від того, що сприйняв та зрозумів реципієнт. Найкращим засобом збереження адекватної комунікації є система активного зворотного зв’язку. Якщо ця схема порушується, то комунікація ускладнюється.

Що стосується сутності комунікативних бар’єрів як складової комунікації, то питання ефективної комунікації хвилювали людство з тих пір, як люди почали говорити. Інтерес до вивчення феноменології комунікативного бар’єру як такого, що ускладнює чи навіть унеможливлює взаєморозуміння, з’явився у людства ще за Демосфена (IV ст. д.н.е.), Сократа , Платона (V-IV ст. д.н.е.), Марка Тулія Цицерона

(II-I ст. д.н.е.) та Тіта Лукреція Кара (I ст. д.н.е.), котрі приділяли особливу увагу вмінню користуватися словом і навчали цьому інших. Людей, які володіли ораторським мистецтвом, риторикою та мистецтвом ведення дискусії, обирали на високі державні та культові посади, доручали найважливіші місії. За допомогою вдалого слова вирішувалися долі держав, слово вело за собою сотні тисяч людей, і ми й зараз знаємо імена тих, хто завдяки своїм ораторським здібностям, безперечному авторитету увійшов навічно в історію.

У словнику В. Даля семантичне поле слова “бар’єр” співпадало з семантичним полем слова “барикада” [2]. З часом воно почало розширюватися, набуло переносного значення, і зараз одне із його визначень полягає в тому, що “*бар’єр*” розуміється як “те, що перешкоджає здійсненню, розвитку чого-небудь”.

Одним із видів бар’єрів є психологічний бар’єр. Глибоке дослідження його сутності було здійснено Б. Паригіним [5]. У найбільш загальному вигляді *психологічний бар’єр* розуміється як психологічний стан, який виявляється у неадекватній пасивності суб’єкту, що заважає виконанню йому тих чи інших дій. Емоційний механізм психологічних бар’єрів, на думку вчених, полягає в посиленні негативних переживань і установок – сумління, почуття провини, страху, тривоги, низької самооцінки, асоційованої із задачею (наприклад, страх сцени) в соціальній поведінці індивіда [7].

Автори зазначають, що психологічні бар’єри можуть бути мати різноманітні види. Вони можуть бути представлені, зокрема, комунікативними бар’єрами (бар’єрами в спілкуванні), які проявляються у відсутності емпатії, у відсутності гнучких міжособистісних соціальних установок і т. ін., а також смисловими бар’єрами.

Комунікативні бар’єри частіше всього розглядають як перешкоди на шляху розповсюдження та розуміння інформації, котрі виникають через ненормальні взаємини між людьми, через соціальні, політичні, моральні, професійні, а також індивідуальні розбіжності [10].

Разом з тим, слід зазначити, що серед низки термінів, які визначають ускладнення спілкування, досить часто у повсякденній та науковій мові автори [6] використовують деякі інші терміни: “порушення”, “дефекти”, “збої”, “розлади”, “перепони” та “власне ускладнення”.

Деякі автори виділяють власне комунікативні бар’єри, що перешкоджають успішній взаємодії та спілкуванню (на стадії здійснення контакту це, насамперед, недостатнє володіння соціальними техніками ведення бесіди) та психологічні бар’єри, які перешкоджають взаєморозумінню, а вже потім ускладнюють взаємодію [3]. До останніх відносять соціальні стереотипи, упередження, забобони тощо.

Л. Орбан-Лембрик [4] розводить поняття “перешкод” та “бар’єрів” у спілкуванні. Як підкреслює автор, до перешкод у спілкуванні належить все те, що заважає чи ускладнює його:

а) перешкоди, пов’язані з особистісними характеристиками учасників взаємодії: зовнішність (фізична врода, естетичні якості), вираз очей і обличчя (міміка, пропорційність тощо), інтелект;

б) перешкоди, викликані організаційними аспектами комунікативного процесу (перериванням та відволіканням партнерів по спілкуванню, припинення відеозапису з технічних причин тощо);

в) перешкоди, спричинені змістом повідомлень (коли невербальні сигнали не відповідають словам повідомлення).

Отже, можна зробити висновок про те, що ***комунікативний бар’єр,*** на нашу думку, являє собою *різновид соціально-психологічного бар’єру і розуміється як завада, що перешкоджає ефективній підготовці, передачі повідомлення від комунікатора (відправник інформації) до реципієнта (її одержувача) чи розуміння його (повідомлення) останнім*.

Переходячи до аналізу основних видів комунікативних бар’єрів, слід зазначити, що в сучасній літературі існує досить багато класифікацій таких видів бар’єрів.

Так, Б. Паригін [5] вважає, що є два види комунікативних бар'єрів:

1. Бар'єри "внутрішні", котрі захищають автономію особистості та забезпечують їй відносну самостійність та індивідуальність (соціальні цінності, норми, дії), вони також пов'язані з таким особистісними особливостями, як ригідність, конформність, слабка воля тощо.

2. Бар'єри, причина яких лежить "зовні" особистості: нерозуміння з боку іншої людини, дефіцит інформації. Вони зберігають соціальну спільноту, виокремлюючи її від зовнішніх впливів (система ціннісних орієнтацій, які висуває особистість на шляху уніфікуючого тиску суспільства).

Є. Рогов [8] вказує на те, що комунікативні бар'єри бувають такі:

1. Бар'єри нерозуміння (фонетичні, семантичні, стилістичні, логічні).

2. Бар'єри соціально-культурних відмінностей (статусних, релігійних, політичних, професійних).

3. Бар'єри ставлення (які залежать від авторитету комунікатора – чим вищий авторитет, тим нижчий бар'єр).

4. Бар'єри смислові.

5. Бар'єри техніки та навичок спілкування.

Ю. Чуфаровський [11] описує такі комунікативні бар'єри, які заважають ефективному спілкуванню:

1. Бар'єр несумісності – біологічної, психологічної, національної, релігійної.

2. Бар'єр перенасичення – через надмірну активність комунікатора по залученню партнера до спілкування, без врахування його індивідуально-психологічних особливостей.

3. Бар'єр недовіри, підозри.

4. Бар'єр ворожнечі.

5. Бар'єр індиферентного ставлення до реципієнта.

Дж. Ньюстром та К. Девіс уважають, що ефективне спілкування може бути лімітоване цілим рядом комунікативних бар'єрів, які можуть виникати чи в фізичному оточенні (наприклад, музика заважає телефонній розмові), чи в емоційній сфері учасника комунікативного процесу (коли реципієнт не може зосередитися на проблемі через стурбованість про здоров'я свого родича, що захворів). Ці перешкоди можуть зробити комунікацію неможливою – через них "проривається" тільки частина комунікації, або реципієнти неправильно інтерпретують зміст повідомлення. Дослідники виділяють три типи комунікативних бар'єрів:

1) особистісні – що виникають через людські емоції, системи цінностей співрозмовників, невміння слухати. Також вони виникають через расові, освітні, гендерні, соціально-економічні, статусні відмінності.

2) фізичні – що виникають в матеріальному середовищі комунікації (шум, відстань між учасниками комунікативного процесу, стіни чи статичні перешкоди).

3) семантичні – що виникають на основі обмеженості символів, які ми використовуємо в комунікації. Символи зазвичай багатозначні, але ми повинні вибрати єдине, визначене і прийнятне саме в даній комунікативній ситуації значення, інакше виникає нерозуміння. Якщо виникають сумніви, треба звертатися до подальшої необхідної інформації. Обидві сторони комунікації повинні не тільки знати значення слів даної мови, але й інтерпретувати їх в контексті використання (тон, гучність, невербальні жести та ін.).

Окреме місце займають організаційні комунікативні бар'єри.

Л. Орбан-Лембрик виділяє мікро- і макро-бар'єри організаційної комунікації. Мікробар'єри спілкування виникають на міжособистісному рівні: у повідомленні відправника, в обміні думками, у виборі носія (електронна пошта, комп'ютер, офіційна мова тощо).

Макробар'єри спілкування пов'язані із зовнішнім середовищем, у якому здійснюється управлінська комунікація, і маніфестуються у

інформаційному перевантаженні, великій кількості носіїв, обмеженні обміном інформацією, вмінні користуватися інформацією. Також дослідниця виокремлює смисловий, логічний, фонетичний, семантичний та стилістичний комунікативні бар'єри.

Відмічається також, що спілкуванню в організаціях можуть перешкоджати соціальні (приналежність партнерів до різних соціальних груп) та суто психологічні бар'єри (викликані індивідуально-психологічними особливостями партнерів [3].

Підсумовуючи розгляд описаних вище класифікацій, можна стверджувати, що частина дослідників вважає комунікативними тільки мовні бар'єри (фонетичний, семантичний, стилістичний, логічний), частина – тільки бар'єри слухання, решта вдається до вивчення конкретно-ситуативних чи індивідуально-психологічних бар'єрів та ін..

На основі вивчення літературних джерел [3, 4, 8 та ін.] визначено основні види комунікативних бар'єрів (Рис. 1.2):

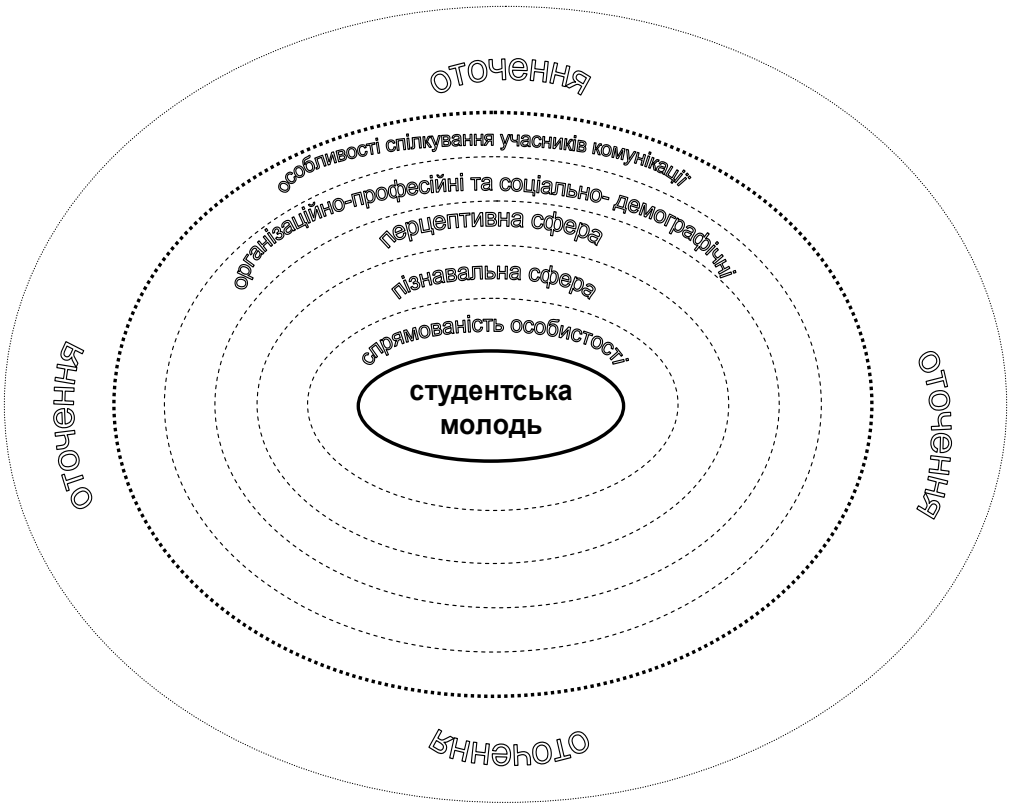


Рис.1.2. Комунікативні бар'єри студентської молоді

(між студентом та оточенням)

1) комунікативні бар'єри, обумовлені особливостями *спрямованості* особистості (цінності, установки, мотиви);

2) комунікативні бар'єри, обумовлені особливостями *пізнавальної сфери* особистості (інформаційні (гносеологічні) та інтелектуальні);

3) комунікативні бар'єри, обумовлені особливостями перцептивної сфери особистості (емоційні, емпатійні та темперамент);

4) комунікативні бар'єри, обумовлені організаційно-професійними та соціально-демографічними характеристиками учасників комунікації (гендерні, вікові, статусні);

5) комунікативні бар'єри, обумовлені особливостями спілкування учасників комунікації (мовні, слухання, стиль спілкування).

У цілому, на основі наведеного вище аналізу літератури можна зробити висновок про те, що існує багато підходів до вивчення комунікативних бар'єрів. Однак, в аспекті нашого дослідження, доцільно зосередити увагу на таких: психолінгвістичний; соціально-психологічний; організаційно-психологічний.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева Г. М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений [Текст] / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 376 с.

2. Даль В. Толковый словарь великорусского язика : Т. 1–4 [Текст] / В. Даль. – Т. 1 : А–З. – М. : Прогресс, 1994. – 912 с.

3. Омаров А. М. Управление : искусство общения [Текст] / А. М. Омаров. – М. : Сов. Россия, 1983. – 240 с.

4. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : посібник [Текст] / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 568 с.

5. Парыгин Б. Д. Психологический барьер и его природа [Текст] / Б. Д. Парыгин // Социальная психология и философия / Под ред. Б. Парыгина. – Л. : ЛГПИ, 1975. – Вып. 3. – С. 3–13.

6. Пелевина Т. В. Социально–психологические аспекты общения студентов [Текст] / Т. В. Пелевина // Тезисы Всесоюзного Симпозиума “Социально-психологические и лингвистические характеристики форм общения и развития контактов между людьми” (1-3 декабря 1970 г.). – Ленинград, 1970. – С. 125–126.

7. Психологический словарь [Текст] / Под общей ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Политиздат, 1990. – 449 с.

8. Рогов Е. И. Психология общения [Текст] / Е. И. Рогов. – М. : ВЛАДОС, 2001. – 336 с.

9. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учебное пособие [Текст] / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.

10. Федосова Г. Л. Комунікативні бар’єри студентів [Текст] / Г. Л. Федосова // Актуальні проблеми психології. Том. 1. : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / За ред. Максименка С. Д., Карамушки Л. М. – К. : Міленіум, 2005. – Ч. 15. – С. 171–175.

11. Чуфаровский Ю. В. Общение : наука и культура [Текст] / Ю. В. Чуфаровский. – Ташкент : ”Узбекистан”, 1986. – 87 с.

12. Kelly G. F. Sexuality today. The human perspective / Kelly Gary F. – New York : McGraw Hill, 1998. – 698 p.

Валентина Кубко, Юлія Щербак
Одеський національний політехнічний університет
Одеса,Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТА СПОСОБИ ДРУКУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ РЕКЛАМИ

Розглядається поліграфія як невід'ємна частина рекламної діяльності. Визначено основні поняття та проаналізовано способи друку поліграфічної реклами.

Ключові слова: поліграфія, цифровий друк, офсетний друк. флексографія, трафаретний друк.

Рассматривается полиграфия как неотъемлемая часть рекламной деятельности. Определено основные понятия и проанализировано методы печати полиграфической рекламы.

***Ключевые слова**: полиграфия, цифровая печать, офсетная печать. флексография, трафаретная печать.*

Printing is considered as an integral part of advertising. Identified and analyzed the basic concept of printing methods of printing advertising.

***Key words:** printing, digital printing, offset printing. flexography, screen printing.*

Актуальність даної теми у тому, що якісна поліграфія — це візитна картка фірми. Вона може носити як інформативний, так і рекламний характер.

Метою нашого дослідження є аналіз поліграфічної реклами, її види та способи друку. Досягнення поставленої мети вимагає рішення наступних завдань: вивчення поняття поліграфії; значення рекламної поліграфії у діяльності організації, аналіз способів друку поліграфічної реклами.

Методами вивчення є: аналіз опублікованих джерел; історичний метод вивчення; метод узагальнення.

З давньогрецького «поліграфія» перекладається «багато пишу». У сучасному розумінні, поліграфія — множинне репродукування (друк) графіки і тексту і безпосередньо галузь промисловості, що виробляє друковану продукцію: ділову, рекламну, пакувальну / етикетковий, книжково-журнальну тиражами різного об'єму. Сучасне поліграфічне підприємство представляє собою органічний сплав промислового процесу репродукування друкованої продукції, творчого процесу (розробки дизайну поліграфічної продукції тощо), постдрукарської обробки (ламінування, тиснення, перфорація, брошурування, шиття, плетіння) при повнокольорової, оперативної поліграфії [3].

Поліграфія пройшла тривалий і складний шлях розвитку. Її технічною основою є винайдення близько 1440 р. Гутенбергом книгодрукування. Вже в XVI ст. поліграфія набула характеру розвиненої мануфактури. У XIX ст. з винаходом друкарської машини в поліграфії відбувається промислова революція, що ознаменована створенням поліграфічного машинобудування. У середині XX ст. у ході науково-технічної революції поліграфія розвивається за такими напрямками:

- перехід до електронних способів виготовлення друкарських форм для всіх способів друку (використання комп'ютера для кольороподілу та фотонабору),
- широке застосування рольового офсетного друку на високошвидкісних машинах,
- створення автоматичних потокових ліній в оздоблювальних цехах,
- комплексна механізація й автоматизація всього виробництва,
- використання локальних та глобальних комп'ютерних мереж для передачі даних.

Однією із основних переваг рекламної поліграфії є її відносна дешевизна і достатньо велика інформативність, а також це хороше доповнення до рекламних кампаній в головних ЗМІ. Іншою перевагою рекламної поліграфії є тривалий час взаємодії з потенційним

споживачем (ви можете зберігати необхідну для вас інформацію на листівці чи буклеті до тих пір, поки вона вам не стане в пригоді).

У сучасній поліграфії найбільш поширені такі способи друку:
- Цифровий друк;
- Офсетний друк;
- Флексографічний друк (флексографія);
- Шовкотрафаретний;
- Тиснення;

Офсетний – класичний спосіб друку, популярний і в сучасній поліграфії. Забезпечує гарну якість друкованої продукції, високу передачу півтонів. Оперує переважно великими тиражами, застосовується при виготовленні повнокольорових газет, брошур, глянцевих журналів, буклетів, представницької рекламної продукції. Плюс офсетного друку – дешево та швидко при великих тиражах.

При цифрового друку друкована продукція виготовляється за допомогою т.зв. «Цифрового» обладнання (принтери, МФУ і т.д.), що має справу безпосередньо з текстом / графікою з електронних файлів, а не з «фізичних» друкарських форм. Умовно ділиться на широкоформатну і листовий цифровий друк [7]. Плюс цифрового друку – дешево та швидко при малих тиражах.

Флексографічний друк використовують для виробництва великих партій етикеток, обгорток для різноманітних товарів, для друку на пакетах та плівці. На даний момент найпоширенішими матеріалами, на яких друкують за допомогою цих технологій є пакети та плівка. Кольорове зображення формується завдяки комбінуванню 6 фарб. Зображення, нанесене таким методом є досить стійким за рахунок особливостей технології [4].

Тисненням називають створення зображення на папері, шкірі, картоні чи пластику з допомогою нагрітого металевого кліше. Тиснення буває декількох типів: тиснення фольгою, сліпе тиснення, конгревне, зворотне конгревне, текстурне. Кожне з них має свої тонкощі та використовується залежно від поставленого завдання.

Зазвичай тиснують вызитки з дизайнерського картону чи пластику, бірки, блокноти, книги, журнали і т.д.

Таким чином, як свідчить дослідження, кожна технологія друку має свою специфіку та спосіб призначення залежно від тиражів, матеріалу, макету і т.д. Поліграфія у рекламі займає одне із перших місць за використанням та ефективністю.

Література

1. Машталір Р. М. Розвиток поліграфії на Україні [Текст]: [моногр.] / Р. М. Машталір, Ж. М. Ковба, М. Д. Феллер. – Львів: Вища школа. Вид-во при Львів. ун-ті, 1974. – 188 с.
2. Розум О. Ф. Таємниці друкарства. [Текст] / О. Ф. Розум. – К.: Техніка, 1980. – 143 с.
3. Поліграфія та видавнича справа [Текст]: рос.-укр. тлумачний слов. / уклад. : Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. М. Василишин, О. Г. Дячок. – Львів: Афіша, 2002. — 456 с.
4. Дурняк Б. В. Видавнича справа та поліграфічна діяльність в Україні [Текст]: моногр. / Б. В. Дурняк, А. М. Штангрет, О. В. Мельников, Я. М. Угрин. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. – 150 с.
5. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического про ектрования [Текст] : учеб. пособие / Р.Ю. Овчинникова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 239 с.
6. Технологія набору та верстки. [Текст]: навч. посіб. / Д. В. Василишин, О. М. Василишин ; за ред. О. В. Мельникова. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. – 272 с.
7. Чехман Я. І. Друкарське устаткування [Текст]: підруч. / Я. І. Чехман, В. Т. Сенкусь, В. П. Дідич, В. О. Босак. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2005. — 468 с. — ISBN 966-322-017-1.

Анна Ковальчук
Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова
Одеса, Україна

МІСЬКА ГАЗЕТА: ТВОРЧО-СОЦІАЛЬНА ПАРАДИГМА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕДАКТОРА (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ВИДАНЬ ХЕРСОНА 2016 Р.)

У статті проаналізовано місце та роль редактора у видавничому процесі періодичного видання з точки зору творчо-соціальної парадигми. Досліджено феномен міської газети за матеріалами провідних херсонських періодичних видань «Гривна» та «Вгору». Редакторський аналіз як важливий складник методики редагування, що забезпечує повноцінне втілення авторського задуму та функціонального призначення видання.

Ключові слова: *міська газета, херсонські видання, редакторський аналіз, редагування, парадигма функціонування.*

В статье проанализированы роль и место редактора в издательском процессе периодического издания с точки зрения творческо-социальной парадигмы. Исследован феномен городской газеты по материалам ведущих херсонских периодических изданий «Гривна» и «Вгору». Редакторский анализ, как важная составляющая методики редактирования, обеспечивает полноценное воплощение авторского замысла и функционального назначения издания.

Ключевые слова: *городская газета, херсонские издания, редакторский анализ, редактирование, парадигма функционирования.*

The article contains analysis and description of the place and the role of the editor in newspaper publishing process in terms of creative and social paradigms. My investigation of the local newspaper phenomenon was based on the materials of Kherson`s leading periodicals «Grivna» and «Vgoru». Editorial analysis is a crucial component of editing which provides for the full implementation of the author's intention and functionality of the publication.

Key words: *city newspaper, Kherson publications, editorial analysis, editing, paradigm functioning.*

Незважаючи на могутній розвиток таких засобів масової комунікації, як радіо і телебачення, друкована періодична продукція продовжує посідати важливе місце в житті сучасної людини, адже забезпечує потребу суспільства в ознайомленні з соціальними та громадськими аспектами життя. Масові періодичні видання є провідним джерелом надання такої інформації. Зокрема, міські газети призначені для того, аби задовольнити потребу жителів міста в якісній, сучасній, повній та релевантній інформації стосовно того чи іншого населеного пункту.

Найвідоміші серед українських міських газет такі: «Аудиторія», «Високий замок», «Галичина», «Гривна», «Експрес Поділля», «Нова зоря», «Одеський вісник», «Полтавський вісник», «Республіканські вісті», «Українська думка», «Український простір», «Фортеця», тощо.

Предметом дослідження у статті є феномен міської газети. ***Об'єктом*** дослідження стали матеріали херсонських періодичних газет «Гривна» та «Вгору» за 2016 рік.

Міська газета (від італ. *gazzetta* — назва дрібної монети) — періодичне видання з постійною назвою, що виходить через певні, короткі проміжки часу (щоденно, щотижня, кожні два тижня) у формі складених аркушів. Містить новини, оперативну інформацію і матеріали з актуальних громадсько-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературні твори, фотографії, рекламу і коментарі [8, 34] .

Користуючись іншою дефініцією, можна сказати, що газета — друкарське періодичне видання, в якому публікуються матеріали про найголовніші поточні події. За іншими визначеннями, це також метод політичної боротьби, один із основних засобів у системі масової інформації і пропаганди. Головна відмінність газет від інших типів періодичну пресу (журналів, бюлетенів тощо) складає, за визначенням К. Маркса і Ф. Енгельса «... її повсякденне втручання в рух і

можливість бути безпосереднім рупором цього руху віддзеркалення поточної історії у всій її облиште...» [8, 51].

За Державним стандартом України № 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни та визначення»від 23 лютого 1995 р., газетним є видання у вигляді одного чи декількох аркушів друкованого матеріалу встановленого формату, видавничо пристосоване до специфіки даного періодичного видання [8, 51].

Існують різноманітні класифікації міських газет, у цьому дослідженні запропонована типологія видів періодичних та продовжуваних видань за Державним стандартом України:

- Газета — періодичне газетне видання з постійною назвою, що виходить через певні, короткі проміжки часу, містить офіційні документи, оперативну інформацію і матеріали з актуальних громадсько-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературні твори, фотографії та рекламу.

  Газета може випускатися також протягом короткого часу, обмеженого періодом проведення певного заходу, конференції, фестивалю тощо. Газета може мати додаток чи додатки у вигляді окремих газетних випусків і у вигляді газетно-журнальних видань, які мають самостійну назву, а також платівок, дискет, магнітофонних плівок, інших носіїв візуальної інформації
- громадсько-політична газета така, яка систематично висвітлює питання внутрішньої та зовнішньої політики держави та міжнародного життя.
- спеціалізована газета така, яка систематично висвітлює окремі проблеми громадського життя, науки, техніки, культури та інших галузей діяльності і призначена певним категоріям читачів.

За тематичною спрямованістю, цільовим і читацьким призначенням газети розрізняють:

- з питань економіки і бізнесу;
- медичні, спортивні;
- з питань культури, літератури, мистецтва;

- релігійні;
- рекламні;
- для дозвілля;
- для дітей та юнацтва.

Існує також спеціальний газетний випуск, тобто таке газетне видання, що підготовлене з якоїсь нагоди виїзною або громадською редакцією основної газети з метою оперативного доведення необхідної інформації читачеві, що має назву основного видання і виходить протягом обмеженого часу із зазначенням поточного і валового номерів, року і дати [7,21].

Коли йдеться про редакторський аспект роботи в міській газеті, часто підкреслюється, що процес редагування — це спільна творчість редактора і автора. Проте редактор не завжди може замінити автора. По-перше, він далеко не завжди здатний передати думку автора краще, ніж це зробив би сам автор. По-друге, має бути збережений стиль автора.

Однак коли мова йде про роботу редактора в міській газеті (де більшість матеріалів складають новинні матеріали), слід враховувати, що у редактора, як правило, немає ні часу, ні особливої необхідності радитися з автором замітки, погоджувати з ним деталі правки (якщо тільки не йдеться про власне новинний факт). Та й стиль для короткої замітки, зміст якої актуальний лише нетривалий час, не надто важливий. Тому роль редактора міської газети одночасно простіша, але й відповідальніша, ніж, наприклад, у редактора літературного редактора у видавництві.

Доцільно виділити п’ять основних видів помилок і неточностей, яких повинні уникати кореспонденти і виправленням яких повинні займатися безпосередньо редактори: граматичні, логічні, фактичні, композиційні та стилістичні [12, 25 - 26].

Редакторський аналіз – це важливий складник методики редагування, який здійснюється на початку з метою всебічної оцінки авторського оригіналу з точки зору логіки викладу, структури, змісту,

мови, міри втілення авторського задуму, функціонального призначення, можливостей просування
майбутнього видання на ринку, його економічної доцільності й результативності [23, 5].

У межах дослідження було виконано редакторський аналіз моделей провідних міських газет Херсона за 2016 р., а саме: «Гривна» та «Вгору».

Унікальність тижневика «Вгору» полягає в тому, що це — єдине видання в області, яке власними силами проводить і публікує журналістські розслідування. Багато уваги на сторінках видання приділяється питанням прозорості та підзвітності міської влади, прозорості формування й використання місцевих бюджетів, контролю за законністю та ефективністю використання майна громади м. Херсона, доступу до офіційної інформації; ефективності роботи правоохоронних та судових органів, пенітенціарної системи, комунального сектора та запровадження енергозберігаючих технологій. А також ведеться обговорення шляхів вирішення порушених проблем. Шеф-редактор – відома правозахисниця Алла Тютюнник. «Вгору» – єдине видання в області, «яке власними силами проводить і публікує журналістські розслідування. На базі газети створена перша в області Агенція журналістський розслідувань “Вгору”, що скорочено називається АЖУР» [3] .
У свою чергу, газета «Гривна» позиціонує себе як незалежне інформаційне видання. Виходить у світ в Херсоні з 1994 року. Газета «Суботній випуск» видається з листопада 2001 року. Газета «Гривна» є одним із наймасовіших друкованих видань регіону, чисельність читацької аудиторії одного номера становить 200 тис. осіб.

Тижневик «Гривна» — один із засновників Асоціації «Незалежні регіональні видавці України», член WAN (Всесвітній газетній асоціації). «Гривна» — незалежне інформаційно-економічне, культурно-просвітницьке видання, яке займає перше місце за накладом (52 000 примірників) не тільки у місті, але й у Херсонській області [4].

Результати порівняльного аналізу наглядно представлені в таблиці. За попередньо виконаним контент-моніторингом двох найрозповсюджених херсонських міських тижневиків можна зазначити, що більшою мірою «Гривна» — незалежне інформаційно-економічне, культурно-просвітницьке видання; в той час як зміст газети «Вгору» — переважно представлений матеріалами громадсько-політичного спрямування.

Назва	«Вгору»	«Гривна»
Періодичність	Газета виходить раз на тиждень	Газета виходить раз на тиждень
Рік заснування	2002 р.	1996 р.
Головний редактор	Шеф-редактор Алла Тютюнник	Шеф-редактор Валерій Баянжу, головний редактор Сергій Болотов
Наклад (тираж)	16 000 примірників	52 000 примірників
Ціна	Рекомендована ціна 3 грн.	Рекомендована ціна від 2, 75 грн до 4 грн.
Поширення	Місто Херсон	Приблизно 30% загального накладу розповсюджується по області, 70% — по Херсону.
Середня кількість аркушів	Від 24 до 32 аркушів, середня кількість — 28	Від 24 до 36 аркушів, середня кількість — 32
Поліграфічне виконання	Газета друкується у ВАТ «Видавництво “Наддніпрянська правда”» (за адресою Миколаївське шосе, 5 км).	Газета друкується у ВАТ «Херсонська міська друкарня» (за адресою вул. Університетська, 31) на новому (встановленому в 2006 році) шведському устаткуванні SOLNA.
Кольорове виконання	Чорно-біла газета, має 4 кольорові сторінки (перша, остання, і всередині).	Чорно-біла газета, має 4 кольорові сторінки (перша, остання, і всередині).

Політика видання	Незалежний громадсько-політичний тижневик	Незалежне інформаційно-економічне, культурно-просвітницьке видання
Наявність електронної версії (сайт)	Так, http://vgoru.org	Так, http://www.grivna.ks.ua Також наявна мобільна версія сайту.
День виходу	Четвер	Середа
Мета і цінності видання	Розвиток громадянського суспільства у Херсонській області.	Незалежне, об'єктивне висвітлення подій, проблем і соціальних явищ міста і області
Мова	Переважно українська, російська.	Російська, українська.
Тематичне спрямування	Основні теми: права людини, правозахист, цінності громадянського суспільства, розвиток третього сектора, філантропія, взаємодія влади і громади, міжнародний досвід.	Соціальні події, економіка, право, політика, екологія, спорт, юридична консультація, історія краю, медицина, дозвілля, реклама та приватні оголошення.
Жанрове розмаїття	Переважають інформаційні жанри: замітка, коментар. Наявні також аналітичні статті	Короткі інформаційні повідомлення, рекламні матеріали.
Обсяг реклами	23,37%	39,18%
Наявність розважальних матеріалів	Кросворд, сканворд, телепрограма на тиждень, анекдоти, карикатури.	Кросворд, сканворд, гороскоп, анекдоти, карикатури, телепрограма на тиждень (опціонально).
Слоган	Висока журналістика. Газета «Вгору» – для тих, хто хоче жити краще.	«Гривна» – новий формат

Головною метою дослідження було виявлення творчо-соціальної парадигми функцінування редактора в міських газетах.

Для написання цієї статті було виконано аналіз міської преси

Херсона (постійні й контекстні рубрики відповідних газет, творча розмаїтість матеріалів; тематична спрямованість міських газет (місто й влада, взаємовідносини міста й містоутворюючих підприємств, екологія й безпека життя як специфічна тематика міста); жанровий діапазон, соціальна спрямованость, комунікаційна активність.

Аналіз медійного простору дозволив визначити його основні ознаки. Усі аналізовані газети є щотижневиками (дають можливість задовольнити потреби читача, звести інформацію в єдиний ряд, простежити тижневі події в динаміці); мають локальну територію розповсюдження, пов'язані з життям і проблемами місцевої спільноти, але беруть участь у формуванні регіонального інформаційного середовища; декларують двомовність. Необхідна оптимізація редакційної політики міських газет із урахуванням виявленого порушення балансу контенту у співвідношенні між форматом та обсягом видання (зокрема, забагато реклами та розважальних матеріалів у газеті «Гривна»).

Отже, одним із способів формування єдиного інформаційного соціально-творчого простору міста може бути конвергентна модель (конвергентне ЗМІ – як соціально-творчої бізнес-моделі). Сучасну міську газету слід розглядати як складову конвергентного медіа, яке об'єднує традиційний формат ЗМІ (друковану версію газети), глобальні телекомунікаційні засоби (мережну версію) і суму технологій роботи з масовою аудиторією загалом. Творчо-соціальна парадигма функціонування міської газети – це, передусім, модель пошуку передумов створення конкурентноздатної «матриці» або базисної форми як «ідеальної» моделі позиціонування газети.

Тетяна Шевченко
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Україна, Одеса

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕДИТОЛОГІЇ

У статті акцентується увага на актуальних питаннях сучасної едитології – науки про видавничу справу та редагування, наголошено на її основних пріоритетних напрямах.

Ключові слова: едитологія, видавнича справа, редагування, розуміння, авторський процес і механізм, текст.

В статье акцентируется внимание на актуальных вопрсосах современной эдитологии – науки об издательском деле и редактировании, названы ее приоритетные направления.

Ключевые слова: эдитология, издательское дело, редактирование, понимание, авторский процесс и механизм, текст.

The article highlights relevant issues in modern editology - the science about publishing business, and pays attention to its essential priority directions.

Key words: editology, publishing business, editing, understanding, authorial process and mechanism, text.

У сучасному редагуванні і книжковій справі є безліч нагальних питань, які потребують окреслення й обгрунтування. Так, з одного боку, книга як матеріальний феномен людської культури переживає період наочної трансформації – їй на зміну прийшли електронні видання, інші новації високих технологій. З іншого боку, видавничий бізнес сьогодні є одним із найприбутковіших. Так, видання дитячої і навчальної літератури як ніколи запотребуване сучасною аудиторією і дедалі набирає обертів: на розвиток першого впливає розрив видавничих зв’язків із Росією (до 2014 року левова частка дитячої продукції на українському ринку припадала саме на цю країну, втрата для РФ українського ринку автоматично посилила позиції вітчизняних дитячих видавництв), на розвиток другого впливають зміни в самій

системі освіти, яка, зокрема, дедалі активніше впроваджує технології тестової системи перевірки знань (наприклад, запроваджена з 2008 система перевірки знань учнів у форматі ЗНО для учнів 11-х класів впроваджується для 9-х класів, тестова система перевірки знань впроваджена і для бакалаврів для вступу з магістратури, зокрема, для спеціальності «Право», а це у свою чергу передбачає підготовку і випуск спеціальної літератури, на яку буде попит).

Сучасна наука про теорію і практику редагування переживає період оновлення й трансформації: питання регіонального книговидання, мовно норми й друку, інформаційних технологій у видавничій справі, вишівської підготовки фахівців із редагування й книжкової справи, пошук вирішення гострих проблем, що усвідомлюються фахівцями різноманітних видів літератури, редагування як частини соціальних комунікацій – ось далеко не повний перелік питань, які є на часі сучасного видавця й редактора – як практика, так і теоретика. Постановка цих питань, слід наголосити, викликана змінами видавничої справи і як бізнесу, і як культурно-просвітницького феномену. Сьогодні книга, як і інший видавничий продукт, має вписуватися в ту систему координат, яку висуває сучасна аудиторія, адже і успіх бізнесу, і якість продукції, що видається, і її місце в інтелектуальному зростанні читачів сьогодні напряму залежать від здатності редактора й видавця генерувати ідеї щодо вибору нових напрямків і способів заохочення і різних груп читацької аудиторії. «Концепутальна ідея більшості публікацій формулюється таким чином: доля подальшого розвитку книговидання повністю залежить від від творчого потенціалу видавця, його мобільності, перманентного пошуку нових видавничих стратегій» [3, 153].

Сучасний підхід до редакторської оцінки творів, відмова від ідеологічних нашарувань і цензурних аспектів роботи редакторів – такі найважливіші засади діяльності сучасного редактора. Ринкові перетворення, які суттєво позначилися на видавничому ринку, на видавничій політиці видавців , суттєво позначилися на редакторській

роботі. Останнім часом з'явилося чимало видавництв різного формату, які також вносять корективи в практику редакторської підготовки літератури різних видів. Значна доля творів масової літератури у видавничих «Портфелях замовлень», комерційний підхід до оцінки доцільності виходу тих чи інших творів та інші сучасні тенденції у сфері видавництв ведуть до зміщення акцентів редакторського аналізу і критеріїв відбору рукописів. Ці зміни позначилися і на зміні векторів сучасної науки про редагування й видавничу справу.

Однак це аж ніяк не означає, що пошук нових ідей – це заперечення старих, перевірених часом ідей. Слушною нам видається думка Н. Зелінської: «Розвиток теорій редагування повинен… відбуватися синхронно зі своєрідною «реабілітацією» традиційних, навіть «архаїчних» редакторських практик (уважне прочитування тексту, повноелементарний редакторський аналіз з формулюванням об'єктивної оцінки, обговорення спірних моментів з автором, виправлення тексту та узгодження окремих позицій та ін.), відкидання яких під гаслами модернізації, прискорення процесу та ін. вже призвело до різкого зниження якості видань, що випускаються в Україні [2, 81].

Дискусії про взаємозв'язок «старих» і «нових» технологій тривають давно, як і про сучасну назву науки про теорію і практику редагування. Запропонована М. Феллером назва «едитологія», активно підтримувана З. Партико («наука, яка досліджує методологічні засади готування в ЗМІ повідомлень (видавничого процесу) [4,107]», вона, по суті, нічим не поступається терміну «едиторика», на якому активно наполягають Н. Зелінська, М. Тимошик, Р. Іванченко («едиторикою можна назвати комплексну галузь дослідницької і практичної діяльності, всі складові якої спрямовані на виявлення, всебічну оцінку та ефективну суспільну репрезентацію досягнень інтелектуальної творчості засобами їх видавничого втілення») [1, 20]. Не вдаючись у суперечки метрів про вдалий / невдалий вибір термінoназви науки, котра вивчає теорію і практику редагування, вважаємо за необхідне

зупинитись власне на тих актуальних проблемах, які є в на часі теорії редагування:

1. Вивчення головних недоліків тексту, котрі зумовлюють труднощі його сприйняття, пошук причин цих недоліків, зокрема, в нераціональній структурі повідомлення, нелогічній послідовності структурних компонентів, інформаційних повторів, в невідповідності змісту й характеру видання можливостям майбутніх читачів, у клішованості й штампованості викладу, в стилістичній неоднорідності й емоційних перепадах.

2. Вивчення чинників, які діють у процесі безпосередньої роботи автора над власним текстом, котрі мають враховуватися редактором: низький рівень авторської культури, неправильна авторська установка, відсутність чіткого уявлення про того, на кого текст орієнтований. Аналіз різних механізмів підвищення інформаційної якості повідомлення, найголовніший з яких – екстенсивний спосіб. Він підвищує інформативність викладу через розширення обсягу повідомлення, деталізацію викладу, що дозволяє глибше проникнути в сутність явища. У протилежність йому інтенсивний полягає у згортанні інформації, у прагненні передати зміст більш економічними мовними засобами. Вибір того чи іншого способу подання матеріалу залежить від багатьох чинників, які необхідно враховувати у процесі редагування. Володіючи секретами стиснутості і лаконічності у передачі інформації, редактор, зокрема, літературний допомагає досягти автору повторного напруження (чи ненапруження) тексту відповідно до вимог стилю, жанру, читацької адреси твору. Вивчення цих способів і механізмів – перспктивний напрям сучасного едитології.

3. Вивчення авторських процесів і механізмів, які виявляються під час безпосереднього написання твору: активність творчого процесу, обмеженість можливостей автора як творчої особистості, асинхронність розумового процесу і його мовного

втілення й оформлення, інерція авторського письма – виклад за звичкою.

4. Вивчення творчого складника в роботі редактора, вивчення механізмів критичного ставлення до матеріалу, сприйняття його не як інформації, яку слід просто сприймати, а як інформацію, яку слід оцінити з точки зору потенційного читача й обробити з урахуванням його потреб. Саме критичний аналіз і оцінка надають роботі редактора творчого характеру і роблять його особливим видом інтелектуальної праці. Вивчення механізмів цієї праці – перспективний аналіз наукових досліджень.

5. Вивчення психології помилок у мовленні автора, вироблення критеріїв для їх систематизації (семантичний, функціональний, естетичний). Оптимізація вироблених сучасною наукою підходів нормативного підходу до вивчення мовленнєвих порушень. Розвиток комунікативного, психологічного, функціонального підходів до вивчення помилок.

6. Вивчення помилок у роботі редактора і коректора, доповнення чинних розробок про хиби сприйняття, пам’яті, мислення, вербалізації.

7. Функціональні і психологічні аспекти співпраці автора й редактора. Вивчення принципів ефективної комунікації між автором і редактором.

8. Вивчення змін ролі і місця сучасного редактора у видавничому процесі, окреслення механізмів і процедурних складових у нових видах діяльності редактора, наприклад, у роботі редактора над потоком новин; поєднання функціональних обов’язків у роботі автора й редактора.

9. Еволюція редагування від давнини від сучасності. Окреслення діяльності маловідомих редакторів і видавців, у тому числі і в окремих регіонах. Редакторський досвід українських письменників, нещодавно введених у літературний і науковий дискурси.

10. Опис методики використання, спеціалізованих комп'ютерних програм для редагування й перекладу, оптимізації їх користування у повсякденній роботі редактора.

Література

1. Зелінська Н. В. Едиторика – теорія і практика редагування в реаліях нового тисячоліття // Друкарство. – 2006. – № 5. – С. 19–24.
2. Зеліська Н. В. Проблеми теорії редагування: між «сучасними» концепціями та «архаїчними» практиками / Н. Зелінська // «Наука байдужа до біографій своїх творців…». Вибрані твори. – Львів: Українська академія друкарства, 2013. – С. 77–81.
3. Мосунова А. А. Конференция «Актуальные пробелмы современного издательского дела и редактирования» [Электронный ресурс] http://cyberleninka.ru/article/n/konferentsiya-aktualnye-problemy-izdatelskogo-dela-i-redaktirovaniya
4. Партико З. Наукознавчий аналіз едитології / З. Партико // Гуманітарні науки. – 2008. – № 2. – С. 107–115.

Алина Пшеничникова
Одесский национальный политехнический университет
Одеса, Украина

ОСОБЕННОСТИ РАДИОКОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Рассмотренны особенности радиокомуникации через описание ее как творческого процесса и средства массовой информации.

Ключевые слова: информация, коммуникация, радио.

Розглянуті особливості радіокомунікації через опис її як творчого процесу і засоби масової інформації.

Ключові слова: інформація, комунікація, радіо

Considered the features of radiocomunication through the description of her as a creative process and media.

Key words: information, communication, radio.

Телевидение, радио, газеты, журналы, интернет – у всех этих средств массовой информации есть свои достоинства и недостатки, свои отличия, приводящие к выбору того или иного из них в зависимости от преследуемых ими целей.

Радио является наиболее демократичным средством информации. Если для чтения газет вам необходимо затратить деньги на их покупку, для выхода в Интернет вам не обойтись без крайне дорогостоящих технических средств, телевизионная техника тоже стоит немалых денег, а радиоприемник может себе позволить каждый. Трудно представить себе наиболее простой и доступный способ донести до человека информацию, не переключая при этом все его внимание только на сам процесс получения.

На первый взгляд все кажется невыносимо простым, человек, лицо которого Вы возможно никогда не увидите, ставит музыку в эфире, говоря о чем-то между композициями. Но на самом деле даже за коротким эфиром в тридцать минут скрывается большой и трудоемкий процесс… А какой именно, сейчас Вы узнаете со всеми подробностями.

В основе основ, как и в любом другом творческом процессе, лежит идея, и это ,возможно, самая простая часть всей работы. Идея будто бы маленькая лампочка неожиданно загорается в голове, и очень настойчиво напоминает о том, что она обязана быть реализована. Она сравнима с маленьким семечком, которое ,спустя время и вложенный труд, станет прекрасным и цветущим деревом. Вот так что-то маленькое становится безмерной силой, что движет шестерёнки в огромном механизме.

И вот теперь, когда механизм запущен, берёт начало самое интересное в работе радиоведущего – это подготовка почвы для

посадки этого семечка. Это напоминает динамичный танец, но только вместо движений в этом танце мелькают обсуждения темы с коллегами, сбор информации, её обработка и ,конечно же, решение поделиться этим с окружающими. Да, семечко уже проросло и крепко укоренилось, но и это ещё не всё.

Отныне перед радиоведущим стоит задача преобразить весь массив найденной и обработанной информации, так что бы её было интересно слушать. Радиоведущий на какое–то время превращается в очень требовательного к себе поэта, который подолгу подбирает каждое слово, зачеркивает строки, пишет их заново, а потом и вовсе сминает лист и начинает все с чистого. Есть в этой части работы даже некий оттенок волшебства. Не каждый же день люди вдруг в поэтов превращаются, правда ведь? В этот момент метаморфозы происходят не только с радиоведущим, на месте едва окрепшего ростка уже появилось большое и ветвистое дерево. Стоит отметить, что на этом волшебство не заканчивается, как и не заканчивается работа.

Пришло время помочь дереву расцвести. Мы подошли к одной из важнейших задач радиоведущего – подбор музыки. Музыка кроет в себе невероятную силу порождать в людях ураганы из эмоций.Накатывают сразу разные воспоминания, как веселые так и грустные, и ощущения такие внутри непонятные, сбивчивые, противоречивые. Согласитесь, в этом чувствуется лёгкий привкус магии, ведь казалось бы, просто звук, а может творить с людьми такое.

И вот теперь перед нами пышное, крепкое, цветущее дерево. Думаете ,это конец ? Вовсе, нет. Сейчас начинается самое важное…

Самое важное для радиоведущего не то, что эфир готов, не то, что этот эфир, над которым он так долго трудился послушают,и даже не то ,что слушатели смогут посмотреть на определенную частичку мира его глазами. Самое важное может случиться даже спустя какое–то время после того , как эфир прослушали. Дерево даст плоды и плоды эти будут в благородных поступках, в совершенных действиях, а иногда

даже в не совершенных, в улыбках, и даже в тех же ураганах эмоций внутри людей.

И конечно же, все это было бы невозможно без основного «компонента» - радиоведущих. Пришла пора познакомить вас с командой Радио ОНПУ. Это люди, которые дарят миру частичку себя, надеясь на то, что сегодня они дали кому-то надежду, вдохновение или просто подарили улыбку. Барган Инна — в карман за словом не полезет, ее конек — это юмор. Включайте эфир с участием Инны — и обычный серый день станет для вас праздником. Эльмира Мамедова — специалист в лирических рассуждениях. Помимо того, что ведет эфиры, она еще и креативщик нашего радио. Никто из сотрудников до сих пор не понял, откуда в ее голове столько гениальных мыслей. Юлия Красовская — знает как упростить повседневные дела и дает множество полезных советов в эфире. Так что если у вас до сих пор жизненные трудности, тогда Юля и ее «Лайфхаки» идут к вам. Филипп Гоголев — избавляет мир от лени и тунеядства. С его передачей «Кто хочет сдвинуть мир, пусть сдвинет себя» студентам политеха безработица точно не грозит. Виктория Бондарчук — наш обозреватель. Она знает все лучшие заведения города и с радостью вам о них расскажет в эфире. Пшеничникова Алина — идейный вдохновитель и руководитель проекта. Всегда поговорит с вами по душам и расскажет вам множество невероятных жизненных историй в передачах «Твоя Афиша» и «Дневник радиоведущей».

Теперь ответ на элементарный вопрос: «В чем заключается работа радиоведущего?», можно уверенно назвать одно из самых трудных занятий в жизни человечества – изменение Мира. Да, именно так. Пусть даже понемногу ,всего лишь на одну улыбку, на одно сказанное слово или на одно доброе дело, но мы меняем мир и очень надеемся на то, что эти изменения к лучшему.

Санъат Султонович Рахматов
Бухарские инженерно-технологические институт,
Бухара, Узбекистан

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Соціальна комунікація займає особливе місце в житті сучасного суспільства і кожної людини. З нею прямо або опосередковано пов'язані практично всі комунікативні галузі.

Людська здатність до спілкування, особливо за допомогою мови, є набагато більшою, ніж у будь-якої іншої тварини. Здатність спілкуватися в часі та просторі надзвичайно розширилася останнім часом з придбанням писемності, друку, електронної зв'язку - телеграфу, телефону, радіо і засобів масової коммуникации, а також механізації транспорту.

Ключова слова: телефон, радіо, телеграф, комунікація, зв'язок

Социальная коммуникация занимает особое место в жизни современного общества и каждого человека. С ней прямо или опосредованно связаны практически все коммуникативные сферы.

Человеческая способность к общению, особенно с помощью языка, является гораздо более обширной, чем у любого другого животного. Способность общаться во времени и пространстве чрезвычайно расширилась в последнее время с приобретением письменности, печати, электронной связи – телеграфа, телефона, радио и средств массовой коммуникации, а так же механизации транспорта.

Ключевая слова: радио, телефон, телеграф, коммуникация, связ

Social communication has a special place in modern society and every individual. With it, directly or indirectly linked to virtually all spheres of communication.

The human ability to communicate, especially through language, is much more extensive than that of any other animal. The ability to communicate across time and space has expanded enormously in recent years with the acquisition of writing, printing, electronic communication -

the telegraph, telephone, radio and mass media, as well as transport mechanization.

Keywords: telegraph, telephone, radio, communication, communication

В современной науке социальная коммуникация изучается под разными углами зрения; подход к ней зависит от принадлежности ученого к определенной научной традиции, школе или некоторому направлению. Соответствующие понимания коммуникации можно условно разделить на три группы. Это понимания, сформированные на 1) социальной, 2) языковой и 3) собственно коммуникативной основе. Понятие «социальная коммуникация» охватывает все эти три истолкования. Первый подход ориентирован на изучение коммуникативных средств ради их применения (реализации социальных функций коммуникации); второй подход связан с проблемами межличностной коммуникации; третий - с проблемами воздействия массовой коммуникации на развитие общественных отношений.

Основными компонентами социальной коммуникации являются:

1) субъекты коммуникационного процесса - отправитель и получатель сообщения (коммуникатор и реципиент);

2) средства коммуникации - код, используемый для передачи информации в знаковой форме (слова, картинки, ноты и т. д.), а также каналы, по которым передается сообщение от коммутатора к реципиенту (письмо, телефон, радио, телеграф и т.д.);

3) предмет коммуникации (какое-то явление, событие и т.п.) и отражающее его сообщение (статья, радиопередача, телевизионный сюжет и т.д.);

4) эффект коммуникации - последствия коммуникации, выраженные в изменении внутреннего состояния субъектов коммуникационного процесса, в их взаимоотношениях или в их действиях

А.В. Соколов предлагает следующую научную дефиницию социальной коммуникации: социальная коммуникация есть движение

смыслов в социальном времени и пространстве. Это движение возможно только между субъектами, так или иначе вовлеченными в социальную сферу, поэтому обязательное наличие коммуникантов и реципиентов подразумевается.

В целесообразной социальной коммуникации коммуниканты и реципиенты осознанно преследуют три цели:

1. познавательная - распространение (коммуникант) или приобретение (реципиент) новых знаний или умений;

2. побудительная - стимулировать других людей к каким-либо действиям или получить нужные стимулы;

3. экспрессивная - выражение или обретение определенных переживаний, эмоций.

В зависимости от материально-технического оснащения, т. е. от применяемых каналов, Соколов предлагает различать три рода социальной коммуникации *(рис-1)*:

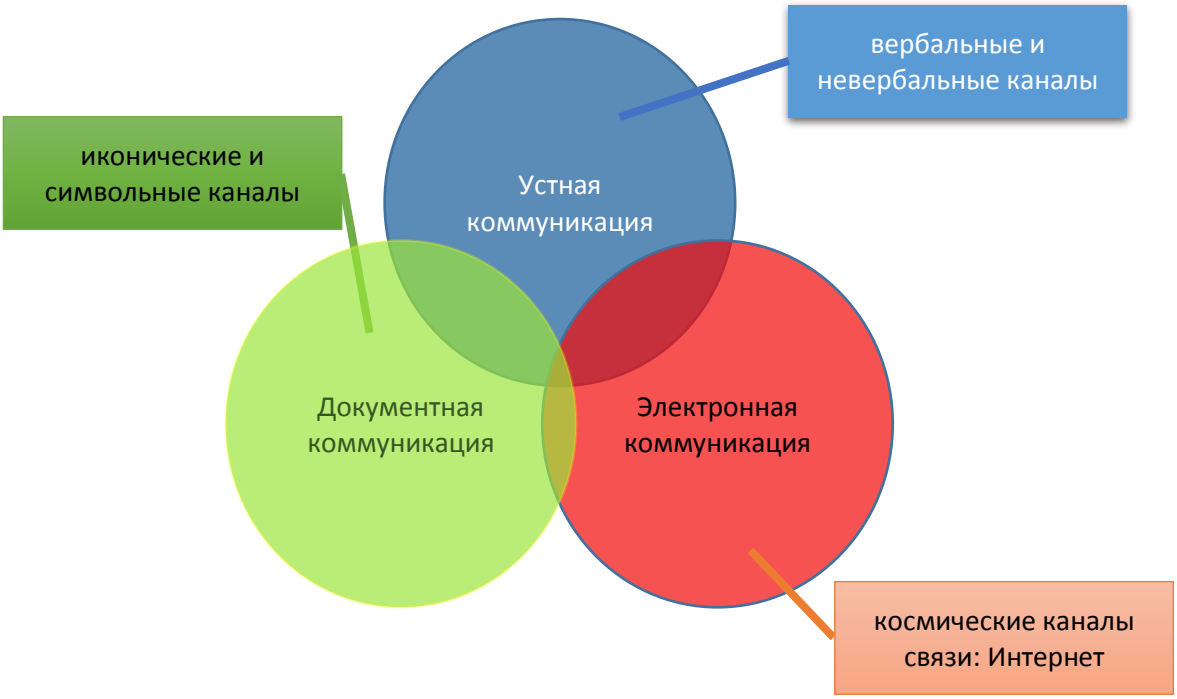


Рис-1. Соотношение различных родов коммуникации

1. Устная коммуникация, использующая, как правило, одновременно и в неразрывном единстве естественные невербальные и вербальные каналы; ее эмоционально-эстетическое воздействие может быть усилено за счет использования таких художественных каналов, как музыка, танец, поэзия, риторика. К устной коммуникации относятся путешествия с познавательными целями - экспедиции, туризм.

2. Документная коммуникация, применяющая искусственно созданные документы, первоначально - иконические и символьные, а впоследствии письменность, печать и различные технические средства для передачи смыслов во времени и пространстве.

3. Электронная коммуникация, основанная на космической радиосвязи, микроэлектронной и компьютерной технике, оптических устройствах записи.

Функции коммуникации

Можно вести речь о функциях коммуникации в целом (о ее роли в жизни и деятельности человека и общества). Можно также говорить о функциях отдельных коммуникативных актов и коммуникативных событий.

Функции коммуникации выделяются только в целях анализа. В реальном коммуникативном процессе, даже в одном, отдельно взятом коммуникативном акте могут сочетаться несколько функций, одна или две из которых будут основными, определяющими. Исходя из того, какая из функций является ведущей, можно построить классификацию коммуникативных актов.

Функции коммуникации могут быть надстроены над моделью коммуникации и ‘прикреплены’ к ее участникам и элементам. Из модели Р.О.Якобсона вытекают шесть функций:

- Эмотивная;
- Конативная;
- Референтивная;
- Поэтическая;
- Фатическая;

- Метаязыковая.

Каждая из предложенных им функций связана с тем или иным участником или элементом коммуникации.

Некоторые исследователи (А.А.Леонтьев, Н.Б. Мечковская) добавляют также магическую или заклинательную функцию, этническую (объединяющую народ) функцию, биологическую функцию (для коммуникации животных).

Модели социальной коммуникации

Любая модель как путь познания представляет собой попытку отразить явления реального мира в понятиях абстрактной теории. Поскольку модель должна отражать определенные стороны оригинала, то, естественно, построение моделей подчинено задаче наиболее точного отображения его свойств. Конструирование и изучение моделей реально существующих явлений осуществляется на предметной, знаковой, структурной, поведенческой основе.

Моделирование социальных систем предполагает определенное абстрагирование, идеализацию и их применение в комплексе с другими общенаучными и специальными методами. Моделирование коммуникационных систем также подчинено определению или улучшению характеристик интересующего исследователя объекта. Имеется мнение о том, что первую модель коммуникации разработал Аристотель. Линейную цепь «оратор - речь - аудитория» он рассматривал как основные элементы акта коммуникации.

Предметные модели предполагают воспроизведение определенных функциональных характеристик объекта. В частности, в аналоговых моделях оригинал описывается определенными соотношениями.

В знаковых моделях, построенных на основе естественного или искусственного языка, главным является преобразование знаковых конструкций и их понимание. Моделированию подвергается либо структура объекта, либо его поведение.

Как мы уже отмечали, коммуникация это с одной стороны система, а с другой - и действие, и взаимодействие, и процесс. Для каждой из отмеченных коммуникаций строятся свои модели. В простейшей модели коммуникации в виде действия источник коммуникации посылает сигнал, который принимает адресат. Обратная связь в таком виде коммуникации отсутствует.

Литература

1. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие. - СПб.: Михайлов, 2002. - 460 с.
2. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.
3. Мечковская Н.Б. Коммуникативная деятельность человека. Функции языка и речи // Социальная лингвистика. М.: Аспект-пресс, 1996.
4. Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985.
5. Болотова А.К. , Жуков Ю.М. , Петровская Л.А. Социальные коммуникации. Учебное пособие. М.: Гардарики, 2008 г, 279 с.
6. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение. СПб.: Питер, 2001.

Валентина Кубко, Анна Баранюк
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

СИСТЕМНО-ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПАТОГЕННИХ ТЕКСТІВ РЕКЛАМИ

Недобросовісна, неякісна реклама стала звичним явищем в українському медіапросторі. Наслідком такої реклами є не тільки марно витрачені кошти споживачів, але і стереотипи по сприйняттю нової інформації суспільством. Тому неякісна реклама виконує хвороботворні функції, викликає негативні емоції, злість, агресію і є патогенної.

Ключові слова: реклама, патогенний текст, системно-лінгвістичні та психологічні характеристик.

Недобросовестная, некачественная реклама стала привычным явлением в украинском медиапространстве. Следствием такой рекламы является не только напрасно потраченные средства потребителей, но и стереотипы по восприятию новой информации обществом. Поэтому некачественная реклама выполняет болезнетворные функции, вызывает негативные эмоции, злость, агрессию и является патогенной.

Ключевые слова: реклама, патогенный текст, системно-лингвистические и психологические характеристики.

Unfair, low-quality advertizing became the habitual phenomenon in the Ukrainian media space. Is a consequence of such advertizing not only in vain spent means of consumers, but also stereotypes on perception of new information by society. Therefore low-quality advertizing performs pathogenic functions, causes negative emotions, rage, aggression and is pathogenic.

Keywords: advertizing, pathogenic text, system and linguistic and psychological characteristics.

Відповідно до Великого тлумачного словника сучасної української мови, патогенний – це той, що викликає хворобу, хвороботворчий [1, 468]. У польській літературі прикметник «патогенний» використовують для позначення тих явищ, які сприяють маргіналізації суспільства, тобто введенню тих норм, що порушують соціальну регуляцію поведінки у суспільстві.

Спробу обґрунтувати патогенний вплив тексту на людину свого часу зробив Борис Потятиник у книзі «Патогенний текст» (у співавторстві з М. Лозинським) [3,145]. Основу патогенності тексту дослідник пов'язує з своєрідним вірусом, який може вплинути на сприйняття тексту людиною. Автор наголошує, що будь-який текст повинен бути нейтралізований протилежними за змістом словами. [3, 5].

На думку автора, одним з небагатьох способів нейтралізації чи зменшення патогенного впливу реклами на читачів може стати цензура. В Україні обмеження щодо реклами стосуються здебільшого таких товарів як алкоголь, тютюн, зброя і наркотики. Проте моральноетичні аспекти реклами в українському законодавстві практично не враховані. Так, проблеми гендерної нерівності, зображення дітей в рекламі, невмотивовані порівняння у рекламних повідомленнях чи неграмотність самих текстів залишаються на совісті рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами.

Дослідник впливових технологій у рекламі В.Ценев пише: «Логіка дуже проста: все, що дає радість, не може бути поганим, а все, що дратує, не може бути добрим. Так працює мозок» [5, 235]. При цьому рівень об'єктивності інформації як у сиву давнину, так і зараз може бути будь-яким. Приміром, реклама алкогольних напоїв часто спирається на емотивну кореляцію з дружбою, щирістю, радістю, довірою, навіть славою («Старий друже»; «Горілочка там, де весело!», «Хортиця» тощо), які цілковито не відповідають реаліям регулярного споживання алкогольних напоїв й пригнічують природні емоції, асоційовані з алкоголем. Невідповідність емотивної кореляції змістовим параметрам рекламованого товару, безперечно, сприяє патогенності такої реклами [4, 51].

Впливу телевізійних медіа найлегше піддається свідомість підлітків – їх патогенний текст вражає найбільше, що пояснюється несформованою свідомістю та системою життєвих цінностей. Проте негативну інформацію, або по-науковому патогенний текст, ми отримуємо не лише через візуальне мистецтво, а й із друкованих ЗМІ.

На українському ринку існує багато прикладів використання патогенного тексту, найпоширеніші це реклама японського ресторану «Якіторія» з текстом: «Роздвинь палички! Отримай дисконтну картку», реклама «Fozzy»: «Опт твою мать, вот это цены!», реклама «Цитрус»: «Хочеш регулярний борщ?» і т. д.

Реклама в наш час несе величезний патогенний заряд. Це не означає, що рекламні тексти викликають лише страждання. За словами Б. Потятиника, «вони здатні генерувати хворобливі відхилення в психіці реципієнта, викликати моральну й психічну деградацію особистості. Тобто йдеться не про окремі випадки, пов'язані, наприклад, з неточною інформацією, обманом, який, звісно, може мати для певної особи шкідливі чи навіть фатальні наслідки. Мова про інформаційні потоки (гіпертрофована реклама), які, діючи тривалий час, справляють помітний вплив на спосіб життя і світогляд як окремої особистості, так і людської спільноти, нації тощо» [2, 182].

Розглянемо для прикладу рекламу спиртних напоїв, наприклад, пива «Арсенал». Мужні хлопці проводять час на природі. І щось у них там не виходить. Відкоркували вони по пляшці пива, випили і – диво, все потім вийшло. А чоловічий голос за кадром з гордістю повідомляє: «Арсенал» – пиво для справжніх чоловіків!». Отже, логічний висновок – хто не п'є пива «Арсенал», той не є справжнім чоловіком. І молодь уже на підсвідомому рівні буде купувати і пити це пиво.

Або інший приклад реклами горілки «Medoff». Симпатичний юнак, елегантно вбраний. Одразу видно, що на ньому дорогий костюм, а на руці коштовний перстень. Хлопець ніжно посміхається, дивлячись глядачеві прямо у вічі, але в руці тримає склянку з горілкою. Чоловічий голос за кадром: «Medoff» – для справжніх гурманів!». Ця реклама

викликає підсвідому реакцію, що якщо я не п'ю цю горілку, значить я не гурман, а це, в свою чергу, означає, що я не такий елегантний і шикарний, як той юнак у рекламі.

Змалку діти потрапляють під руйнівну дію патогенних текстів. У несформовану свідомість закладається підґрунтя для подальших вчинків. Наприклад, реклама «Миргородської», де онук сидить зі своєю бабусею і питає: «А коли ти помреш?!». А бабуся йому так гордо відповідає, що не скоро, бо вона п'є воду «Миргородська». Виникає запитання: «Як дитина повинна реагувати на цей текст? Які думки виникнуть у її свідомості після такої бесіди?».

Завдяки рекламі знижується чимало етичних категорій. Мрія, кохання, щастя, виявляється, доступні й легкодосяжні з допомогою мобільного телефона, нового дезодоранта, засобів від прищів, жувальної гумки...

В умовах сучасного розвитку суспільства реклама є надзвичайно великою рушійною силою. По суті, реклама – це інформація про споживчі властивості товарів і різних видів послуг з метою їх реалізації, створення попиту на них. Реклама експлуатує почуття задоволення, штучно створює відчуття нестачі, браку чогось. Вона як частина масової культури здатна стимулювати матеріальне споживання, прагнення до матеріального комфорту і тілесних насолод на шкоду інтелектуально-духовному розвиткові.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Автор, керівник проекту і гол. редактор В. Т. Бусел. – К., Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.
2. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с. (Медіакритика).
3. Потятиник Б. Патогенний текст / Потятиник Б., Лозинський М.,– Львів : Місіонер, 1996. – 296 с.
4. Ротар Н. Політична реклама /Н. Ротар. – Ч.: «Рута», 2008. – 80 с.
5. Смирнов И. Психотехнологии. Компьютерный психосемантический анализ и психокоррекция на

неосознаваемом уровне / Смирнов И., Безносюк Е., Журавлев А. – М.: «Прогресс» – «Культура», 1995. – 416 с.

Олена Татакі, Олена Міхайлова
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

СТРУКТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ СИТУАЦІЇ В МІЖОСОБИСТІСНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Розглядається міжособистісна взаємодія як інструментально-технологічна сторона спілкування, а саме, взаємні дії учасників спілкування, спрямовані на співвіднесення мети кожного учасника процесу спілкування і організацію її досягнення; виділено три рівні соціальної ситуації в міжособистісній комунікації та їх особливості.

Ключові слова: *міжособистісна взаємодія; міжособистісна комунікація; рівні спілкування; соціально-рольовий, діловий та інтимно-особистісний рівень, соціальна ситуація, соціальна поведінка, ігри.*

Рассматривается межличностное взаимодействие как инструментально-технологическая сторона общения, а именно, взаимные действия участников общения, направленные на соотнесение цели каждого участника процесса общения и организации ее достижения; выделено три уровня социальной ситуации в межличностной коммуникации и их особенности.

Ключевые слова: *межличностное взаимодействие; межличностная коммуникация; уровне общения; социально-ролевой, деловой и интимно-личностный уровень; социальная ситуация; социальное поведение; игры.*

Interpersonal interaction is considered as instrumental and technological aspect of communication, namely, the mutual actions of communication designed to relate the goals of each participant

communication process and organization to achieve it; are three levels of the social situation in interpersonal communication and their features.

Keywords: *interpersonal interaction; interpersonal communication; the level of communication; social, role, business and intimately personal level, social situation, social behavior, games.*

У сфері людського спілкування, можливість цілком різним людям зрозуміти один одного, знайти спільну мову, домовитися, погодити свою мету і дії виникає лише за умови наявності у них значного обсягу інформації, яка схожа як за походженням і змістом, так і за структурою. Саме тому виникає необхідність розглядати міжособистісну комунікацію в різноманітних соціальних ситуаціях.

Варто зауважити, що поняття «міжособистісне спілкування», «міжособистісна комунікація» і «міжособистісна взаємодія» близькі за змістом, однак вказують на різноманітні аспекти спілкування. Семантика слів словосполучення «міжособистісна взаємодія» привертає увагу, по-перше, до дій індивідів стосовно один до одного, — на перший план висуваються діючі особи, по-друге, до того, як люди співвідносять свої цілі й організовують їх досягнення, тобто як досягається взаємність між учасниками спілкування [2; 75-80].

Саме тому, міжособистісна взаємодія як інструментально-технологічна сторона спілкування, являє собою взаємні дії учасників спілкування, спрямовані на співвіднесення мети кожної зі сторін й організацію їх досягнення в процесі спілкування.

Зрозуміло, що для того, щоб обрати оптимальну манеру поведінки і форму звернення до іншої людини, необхідно зорієнтуватись в ситуації, зрозуміти контекст, в якому відбувається взаємодія. Учасниками комунікативного акту є принаймні двоє людей, що пов’язані між собою єдиним інформаційним простором: комунікатор – людина, яка в процесі спілкування передає партнеру інформацію; реципієнт – партнер, який приймає та інтерпретує інформацію. Визначення ситуації спілкування є найважливішим моментом міжособистісної взаємодії.

У найзагальнішому розумінні соціальна ситуація – це природний фрагмент соціального життя, який визначається включеними в нього людьми, місцем дії та характером дій або діяльності, що розгортається. Вивченням соціальних ситуацій займались такі дослідники, як Е. Берн, П. Вацлавік, Д. Бівін, Д. Джексон, І. Гофман, група соціальних психологів Оксфордського університету під керівництвом М. Аргайла, Є. Доценко, Ю. Крижанська, В. Третьяков та інші.

Отже, у загальному випадку під *соціальною ситуацією* розуміють природний аспект соціального життя, який визначається включеними до нього людьми, місцем дії та характером дій, що розгортаються.

Для розуміння змісту взаємодії потрібно знати контекст того, що відбувається. Розглянути поведінку людини в певному контексті означає помістити її в такі межі, в яких вона набуває більш-менш однозначного сенсу. Відсутність таких меж дезорієнтує людину, не дозволяє їй адекватно поводитись в конкретній ситуації. Між людьми нерідко виникають такі діалоги:

«Як вам таке могло спасти на думку?! — А що ви маєте на увазі?»

Подібні приклади ілюструють пошук одним зі співрозмовників контексту, який дозволив би йому обрати адекватну лінію поведінки.

Звернення до контексту виконує принаймні дві задачі в міжособистісній взаємодії. Для спостерігача — це умова пояснення того, що відбувається між людьми, чому саме так, а не інакше спілкуються індивіди; для діючої особи — це можливість формування власного ставлення до того, що відбувається, вибору засобів поведінки, адекватних певній ситуації.

На думку фахівців в галузі людського спілкування, можливість цілком різним людям зрозуміти один одного, знайти спільну мову, домовитися, погодити свою мету і дії виникає тільки в тому випадку, якщо вони володіють значним обсягом інформації, схожої як за походженням і змістом, так і за структурою. До інформації такого роду слід віднести уміння розрізняти стандартні або типові соціальні ситуації — такі як ділові переговори, святкування дня народження,

побачення, весілля, розмови в чергах, відпочинок у колі сім'ї тощо. Такі знання використовуються як контекстуальні обмеження, застосування яких учасниками взаємодії стає передумовою взаєморозуміння між ними [2].

У теорії міжособистісного спілкування відомо декілька класифікацій стандартних соціальних ситуацій. Залежно від міри особистісного залучення до взаємодії умовно виділяють три рівня спілкування: соціально-рольовий (або короткочасне соціально-ситуаційне спілкування), діловий і інтимно-особистісний.

На *соціально-рольовому* рівні контакти обмежуються ситуативною необхідністю; на природі, в транспорті, в крамниці, в парку, на прийомі в офіційній установі. Основний принцип взаємовідносин на цьому рівні — знання і реалізація норм та вимог соціального середовища учасниками взаємодії.

На *діловому рівні* людей об'єднують інтереси справи і спільна діяльність, спрямована на досягнення загальної мети. Основний принцип ділових взаємовідносин — раціональність, пошук засобів підвищення ефективності співробітництва.

Інтимно-особистісний рівень характеризується особливою психологічною близькістю, співпереживанням, проникненням в внутрішній світ інших людей, передусім близьких. Основний принцип такого спілкування — емпатія.

Наступна класифікація видів міжособистісної взаємодії належить відомому американському психологу Еріку Берну. В її основі лежить те, що Берн назвав потребою в структуруванні часу. На його думку, люди постійно стурбовані тим, як структурувати свій час. Одна з функцій соціального життя полягає в тому, щоб допомагати один одному в цьому питанні (Берн, 1988). Виділені Берном засоби структурування часу являють собою засоби організації міжособистісної взаємодії. Він пропонує розглядати шість форм соціальної поведінки — чотири основних і два граничних випадки:

1) *замкнутість* (перший граничний випадок), коли явна комунікація між людьми відсутня. Людина фізично присутня, але

психологічно — поза контактом, вона неначе огорнута власними думками. Це буває в різноманітних ситуаціях, наприклад, в купе залізничного потягу, в лікарняній палаті, навіть під час вечоринки. Така поведінка може бути сприйнята з розумінням і не викличе проблем, якщо тільки вона не перетворюється в звичку;

2) *ритуали* – звичні, повторювані дії, що не несуть змістового навантаження. Вони можуть носити неформальний характер (привітання, прощання, вдячність) або бути офіційними (дипломатичний етикет). Мета цього типу спілкування — можливість провести час спільно, але не зближуючись;

3) *проведення часу* — напівритуальні розмови про проблеми і події, відомі всім. Вони не так стилізовані і не так передбачувані, як ритуали, але їм властива деяка повторюваність. Прикладами можуть слугувати вечоринка, де учасники недостатньо добре знайомі один з одним, або розмови під час очікування якого-небудь офіційного зібрання. Проведення часу завжди соціально запрограмовано: говорити в цей час можна лише в певному стилі і тільки на дозволені теми (наприклад, світська розмова або жіноча розмова). Основна мета цього типу спілкування — структурування часу для підтримання дружніх стосунків і пошуку нових корисних знайомств, зв'язків;

4) *спільна діяльність* — взаємодія між людьми на роботі, метою якої передусім є ефективне виконання поставленої задачі;

5) *ігри* — найбільш складний тип спілкування. Під час ігор кожна сторона неусвідомлено намагається досягнути переваги над іншою і отримати винагороду. Основна особливість ігор – прихована мотивація їх учасників. На думку Е. Берна, важливі соціальні контакти найчастіше протікають як ігри, а самі ігри складають надто значну частину людського спілкування. Пояснення цьому Берн бачить в тому, що повсякденне життя надає мало можливостей для людської близькості, щирість не заохочується в суспільстві. Крім того, багато форм близькості для більшості людей психологічно неприйнятні та вимагають обачності. Щоб позбавити себе від нудьги одноманітного

проведення часу, водночас не наражаючись на небезпеку, що супроводжує близькість, більшість людей в якості компромісного рішення звертається до ігор. Найчастіше люди обирають друзів, партнерів, близьких людей з числа тих, хто грає в ті ж самі ігри, що й вони. В певному соціальному колі кожний його представник демонструє таку манеру поведінки, яка може видатись цілком неприйнятною членам іншого соціального угрупування. І навпаки, будь-якого члена якогось соціального оточення, що починає грати в нові ігри, буде скоріше за все вигнано з звичного суспільства. Ігри цілком необхідні деяким людям для підтримання душевного здоров'я. У таких людей психічна рівновага настільки нестійка, а життєві позиції настільки хиткі, що варто позбавити їх можливості грати, як вони впадуть у відчай. Подібні ситуації можна часто спостерігати в подружніх парах, коли поліпшення психічного стану одного з подружжя тягне за собою швидке погіршення стану іншого, для якого ігри були найважливішим засобом підтримання власної психічної рівноваги [1;75];

6) *близькість* – другий межовий випадок, який визначається як вільне від ігор спілкування, що припускає теплі зацікавлені стосунки між людьми, в яких виключений пошук вигоди. Людська близькість, що є найдосконалішою формою людських взаємостосунків, приносить незрівняне задоволення, що навіть люди з нестійкою рівновагою можуть відчувати себе у цілковитій безпечності і навіть з радістю відмовитись від ігор, якщо їм пощастило знайти партнера для таких взаємовідносин.

З вище сказаного ми можемо зробити висновок, що проведення часу й ігри — це сурогат істинної близькості. Їх можна розглядати скоріше як угоди між людьми, ніж як їх союзи. Справжня близькість починається тоді, коли соціальні схеми, приховані мотиви і обмеження відходять на задній план, тільки вона може повністю задовольнити сенсорний голод і потребу у визнанні [3].

Отже, спілкування невід'ємне від соціокультурної ситуації, яка по-різному впливає на його структуру, функції, способи здійснення.

Культура втілює стиль мислення людини, охоплює всі аспекти суспільного життя, характеризує глибину знань особистості, її вихованість, уміння висловлювати свою думку, слухати інших, робити правильні висновки.

Література

1. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации [Текст]: учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 415 с.
2. Куніцина, В. Н. Межличностное общение [Текст] : Учебник / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – СПб.: Питер, 2005. – 457 с.
3. Кручек, В. А. Психолого-педагогічні основи міжособистісного спілкування [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.studbook.com.ua/book_psihologo-pedagogchn-osnovi-mzhosobistsnogo-splkuvannya-navchalnij-posbnik-onlajn_805/

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

1. Акрабова Анастасія – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник - Зірчак Ганна Петрівна, ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
2. Аль-Даби Мохаммед – аспирант кафедры компьютерных интеллектуальных систем и сетей Институт компьютерных систем Одеського національного політехнічного університету. Научный руководитель – Романова Ольга Клавдиевна, к. филол. н., доцент, зав. кафедрой украинского и русского языков Института подготовки иностранных граждан Одесского национального политехнического университета (Йеменская Республика)
3. Армер Виктория – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Ященко Лариса Євгенівна, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
4. Баранюк Анна – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, канд. філос. наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
5. Баскакова Анна Сергіївна – бібліотекар ІІ кат. Дипломатична академія України при МЗС України (Україна)
6. Баюш Оксана Олегівна – завідувач навчально-виробничої практики, Голова циклової комісії діловодства, викладач ІІ категорії Технікум промислової автоматики Одеської національної академії харчових технологій (Україна)
7. Бельский Александр Михайлович – студент 4 курса МГУ имени А.А. Кулешова (Могилев, Беларусь). Научный руководитель - Ставский Владимир Николаевич, старший преподаватель кафедры политологии и социологии МГУ имени А.А. Кулешова (Могилев, Беларусь)
8. Берікул Ірина – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету(Україна)
9. Берназ Катерина – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник - Зірчак Ганна Петрівна, ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

10. Бєляєва Ірина Анатоліївна – студентка 5 курсу Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Сікорська Вікторія Юріївна, доцент, к. філол. н., кафедра документознавства та інформаційної діяльності, ОНПУ (Україна)
11. Бірюкова Тетяна Леонідівна (Tetiana Biriukova) – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
12. Блінська Юлія – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
13. Блохин Виктор Николаевич – старший преподаватель кафедры истории и педагогики. УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь).
14. Бойко Анна Володимирівна – студентка 3 курсу НПУ імені М.П. Драгоманова. Науковий керівник – Охмуш-Ковалевська Оксана Іванівна, ст.викладач кафедри інновацій та інформаційної діяльності в освіті, НПУ імені М.П. Драгоманова (Україна)
15. Ботнар Ірина – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
16. Буй Ван Тхионг – аспирант кафедры компьютерных интеллектуальных систем и сетей Институт компьютерных систем Одеського національного політехнічного університету. Научный руководитель – Романова Ольга Клавдиевна – к. филол. н., доцент, зав. кафедрой украинского и русского языков Института подготовки иностранных граждан Одесского национального политехнического университета (Вьетнам)
17. Василенко Олена Петрівна – доцент, канд. пед. наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
18. Воропаєва Ірина – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

19. Вражитор Вікторія Сергіївна – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, канд. філос. наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
20. Гасаненко Діана – студентка 1 курсу, Національний університет «Одеська юридична академія». Науковий керівник – Андрєєва Олександра Сергіївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, Національний університет «Одеська юридична академія» (Україна)
21. Гонта Віра Євгеніївна – студентка 4 курсу факультету журналістики, реклами та видавничої справи, спеціальність «Видавнича справа та редагування», ОНУ імені І. І. Мечникова. Науковий керівник – Шевченко Тетяна Миколаївна, доцент, завідувач кафедри видавничої справи та редагування ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна)
22. Гордієнко Марія – с тудентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
23. Городніченко Анастасія – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Лугова Тетяна Анатоліївна, канд. мистецтвознавства, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
24. Давиденко Юлія Григорівна – вчитель-методист початкових класів Житомирська міська гімназія № 3 (Україна)
25. Дворник Олена Віталіївна – студентка 3 курсу НПУ імені М.П. Драгоманова. Науковий керівник – Охмуш-Ковалевська Оксана Іванівна, ст.викладач кафедри інновацій та інформаційної діяльності в освіті, НПУ імені М.П. Драгоманова (Україна)
26. Довгань Алексей – заместитель директора, Научная библиотека Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств (Украина)
27. Дубович Ганна – студентка 4 курсу ГФ ОНПУ. Науковий керівник – Мельник Сергій Петрович, канд. наук із соціальних комунікацій, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
28. Дума Вадим Вікторович – студент 2 курсу Інституту комп’ютерних систем ОНПУ. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та

інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету. (Україна)

29. Дяченко Ольга Вікторівна – старший викладач кафедри видавничої справи та редагування, ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна)
30. Егорова Екатерина Сергеевна – доцент каф. «Философия и социальные коммуникации», Пензенский государственный университет (Российская Федерация)
31. Застеба Аліна Юріївна – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
32. Зірчак Ганна Петрівна, ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
33. Исмойилов Хаёт – ассистент кафедры “Информационный технологии” Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
34. Іванюк Аліна – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна, ст. викладач каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
35. Кали Кейта – аспирант факультета журналистики Воронежского госуниверситета, 2 курс, из Мали. Научный руководитель – Виктор Васильевич Хорольский, профессор факультета журналистики Воронежского госуниверситета (Российская Федерация)
36. Капезина Татьяна – к.с.н., доцент кафедры «Коммуникационный менеджмент», Пензенский государственный университет (Российская Федерация)
37. Карааслан Темель – студент 2 курса Молдавский государственный университет (Universitatea de Stat din Moldova). Научный руководитель – Марин Константин, доктор, хабилитат, профессор, Молдавский государственный университет (Universitatea de Stat din Moldova) (Moldova)
38. Кіпер Інна – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

39. Ковальчук Анна Ігорівна – студентка 4 курсу факультету журналістики, реклами та видавничої справи, спеціальність «Видавнича справа та редагування», ОНУ імені І. І. Мечникова. Науковий керівник – Шевченко Тетяна Миколаївна, доцент, завідувач кафедри видавничої справи та редагування ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна)
40. Коляда-Березовська Тетяна Федорівна – доцент, к. філол. н., доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
41. Коляденко Юлія – студентка 5 курсу спеціальності "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа" ОНПУ. Науковий керівник – Сікорська Вікторія Юріївна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
42. Компанієць Ірина Іванівна – магістрант 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, канд. філос. наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
43. Корольчук Наталя – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Лугова Тетяна Анатоліївна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
44. Кубко Валентина Петрівна – кандидат філософських наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
45. Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
46. Литвинова Наталья Владимировна – аспирантка кафедры периодической печати МГУ имени М.В. Ломоносова. Научный руководитель – Тертычный Александр Алексеевич – доктор филологических наук профессор кафедры периодической печати факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (Российская Федерация)
47. Лозінський Віталій Олегович – студент 2 курсу Інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та

інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

48. Лошан Катерина – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
49. Лугова Тетяна Анатоліївна – канд. мистецтвознавства, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
50. Лунева Екатерина Игоревна – аспирантка 1 курса ф-та журналистики ВГУ. Научный руководитель – Виктор Васильевич Хорольский, профессор факультета журналистики Воронежского госуниверситета (Российская Федерация)
51. Лучка Юлія Павлівна – студентка ІІ курсу групи ЕС-151 Інституту енергетики та енергоменеджменту Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
52. Малинівська Людмила Іванівна – доцент кафедри охорони праці та цивільної безпеки, Житомирський державний університет імені Івана Франка (Україна)
53. Мариморич Юлія – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
54. Марущак Дарія – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
55. Масі Наталя Іванівна – ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
56. Масленко Тетяна – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
57. Маслєнкова Вікторія – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Масі Наталя Іванівна – ст. викладач

кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

58. Мельник Світлана Михайлівна – канд. філол. наук, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
59. Мельник Сергій Петрович – канд. наук із соціальних комунікацій, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
60. Мирзаев Олим – старший преподаватель, Бухарский инженерно-технологический институт (Республика Узбекистан)
61. Міхайлова Олена – студентка 5 курсу гуманітарного факультету заочної форми навчання ОНПУ. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна, ст. викладач каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
62. Муминов Хайдар Мухиддинович – ассистент кафедры "Менежмент" Бухарский инженерно-технологический институт. Научный руководитель – Бахтиёр Неъматович Навруз-зода, проф., д. э. н., Бухарский Государственный Университет (Республика Узбекистан)
63. Нерсесов Віктор Олександрович – студент 2 курсу Інституту комп’ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету. (Україна)
64. Охмуш-Ковалевська Оксана Іванівна – ст. викладач кафедри інновацій та інформаційної діяльності в освіті, НПУ імені М. П. Драгоманова (Україна)
65. Порпуліт Олена Олександрівна – докторант кафедри соціальних комунікацій Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Україна)
66. Потапкина Татьяна – магистрант 2 курс, Пензенский государственный университет, каф. «Философия и социальные коммуникации». Научный руководитель – Капезина Татьяна Тимофеевна, к.с.н., доцент каф. «Философия и социальные коммуникации», Пензенский государственный университет (Российская Федерация)
67. Проненко Катерина – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, канд. філос.

наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

68. Птиця Вікторія – студентка 5 курсу ГФ ОНПУ. Науковий керівник – Масі Наталя Іванівна, ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
69. Пучкова Вікторія – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Мельник Сергій Петрович, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
70. Пшеничникова Аліна – студентка 3 курсу спеціальності "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа" ОНПУ. Науковий керівник – Сікорська Вікторія Юріївна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
71. Рахматов Санъат Султонович – ассистент БухИТИ, Бухарский инженерно-технологические институт (Республика Узбекистан)
72. Садулаева Наргиза Нажмитдиновна – студентка 4 курса БухИТИ. Научный руководитель – Рахматов Санъат Султонович – ассистент БухИТИ, Бухарский инженерно-технологические институт (Республика Узбекистан)
73. Сизова Юлія – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
74. Сиротенко Марія – студентка 1 курсу факультету журналістики НУ «ОЮА». Науковий керівник – Грушевська Юлія Андріївна, канд.філол.наук, доцент кафедри журналістики НУ «ОЮА» (Україна)
75. Сікорська Вікторія – канд. філол. наук, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності ГФ Одеського національного політехнічного університету (Україна).
76. Сіренко Ганна – студентка 4 курсу гуманітарного факультету заочної форми навчання ОНПУ. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна, ст. викладач каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
77. Слюсаренко Марія Іванівна – старший викладач кафедри видавничої справи та редагування ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна)

78. Султонова Моҳинур Илич қизи – студентка 2 курса Бухарский инженерно-технологический институт. Научный руководитель – Хўжаназаров Зайниддин Рашидович – ассистент, Бухарский инженерно-технологический институт (Республика Узбекистан)
79. Талпа Вадим Сергійович – студент 2 курсу Інституту енергетики та енергоменеджменту Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету. (Україна)
80. Тариелашвили Маргарита Лериевна – магистрант, 2 курс, ТГУ им Г.Р. Державина, факультет филологии и журналистики. Научный руководитель – Зверева Екатерина Анатольевна, к.ф.н., доцент, Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина (Российская Федерация)
81. Татакі Олена Олегівна – ст. викладач каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
82. Терлецька Олеся Олександрівна – студентка 2 курсу, Київський університет імені Бориса Грінченка. Науковий керівник - Прокопенко Лілія Сергіївна, кандидат історичних наук, доцент, доцент Київського університету імені Бориса Грінченка (Україна)
83. Тертична Аліна В’ячеславівна – студентка 4 курсу факультету журналістики, реклами та видавничої справи, спеціальність «Видавнича справа та редагування», ОНУ імені І. І. Мечникова. Науковий керівник – Шевченко Тетяна Миколаївна, доцент, завідувач кафедри видавничої справи та редагування ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна)
84. Тищенко Олександр Іванович – студент 2 курсу Інституту комп’ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету. (Україна)
85. Ткаченко Ольга – студентка 4 курсу гуманітарного факультету (заочне відділення) ОНПУ. Науковий керівник – Мельник Сергій Петрович, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

86. Третьяков Андрей Леонидович – ведущий специалист Центра информационной поддержки научных исследований Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления, магистрант 2 курса библиотечно-информационного факультета Санкт-Петербургского государственного института культуры, магистрант 1 курса Института педагогики Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена, член-корреспондент Международной академии детско-юношеского туризма и краеведения имени А. А. Остапца-Свешникова (Российская Федерация)
87. Трофимчук Ангеліна – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
88. Тяпкова Анастасія – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна, ст. викладач каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
89. Удовицька Альона – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Коляда-Березовська Тетяна Федорівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
90. Федоренко Наталія – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Лугова Тетяна Анатоліївна, канд. мистецтвознавства, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
91. Хорольский Виктор Васильевич – профессор факультета журналистики Воронежского государственного университета (Российская Федерация)
92. Хужаназаров Зайниддин Рашидович – ассистент, Бухарский инженерно-технологический институт (Республика Узбекистан)
93. Черниш Вадим – студент 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Лугова Тетяна Анатоліївна, канд. мистецтвознавства, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

94. Шаркова Тетяна – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
95. Шевченко Тетяна Миколаївна – доцент, завідувач кафедри видавничої справи та редагування ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна)
96. Шокун Наталія – студентка 4 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Ященко Лариса Євгенівна, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
97. Штепуляк Ірина – студентка 2 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
98. Щербак Юлія Валентинівна – студентка 5 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, канд. філос. наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
99. Щиглинська Мирослава Михайлівна – студентка 2 курсу, Київський університет імені Бориса Грінченка, студентка. Науковий керівник – Прокопенко Лілія Сергіївна, кандидат історичних наук, доцент, доцент Київського університету імені Бориса Грінченка (Україна)
100. Якименко Наталія Олегівна – старший викладач кафедри українознавства, культури та документознавства, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка (Україна)
101. Якубовська Марія Георгіївна (Mary Yakubovska) – канд. філол. наук, доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
102. Ященко Лариса Євгенівна – доцент каф. документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)

Наукове видання

Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації

МАТЕРІАЛИ
III Міжнародної науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців

Підписано до друку 15.03.2017. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний
Ум. др. арк. 31.62. Обл.-вид. арк. 26,04. Зам. № 547.
Наклад 300 прим.

Видавець «ФОП Середняк Т.К.», 49000, Дніпропетровськ, 18, а/с 1212
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 4379 від 02.08.2012.
Ідентифікатор видавця в системі ISBN 7257
49000, Дніпропетровськ, 18, а/с 1212
тел. (063)-401-55-03, (056)-798-22-47
www.isbn.com.ua
Віддруковано на базі поліграфічно-видавничого центру «Адверта»
49000, Дніпропетровськ, Короленко 3 / 308
тел. (063)-401-55-03, (056)-798-22-47
E-mail: s-k-y@ukr.net,
www.isbn.com.ua
www.adverta.com.ua
www.vk.com/izdatelstvo_adverta
www.facebook.com/adverta.Izdatelstvo

Научное издание

Актуальные вопросы документоведения и информационной деятельности: теории и инновации

МАТЕРИАЛЫ
III Международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых

Подписано в печать 15.03.2017. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная
Условных. печат. л. 31.62. Уч.-изд. л. 26,04. Зак. № 547.
Тираж 300 экз.

Издатель «ФЛП Середняк Т.К.», 49000, Днепропетровск, 18, а / я 1212
Свидетельство о внесении субъекта издательского дела в Государственный реестр
издателей, изготовителей и распространителей издательской продукции
ДК № 4379 от 02.08.2012.
Идентификатор издателя в системе ISBN 7257
тел. (063)-401-55-03, (056)-798-22-47
E-mail: adverta1@ukr.net,
www.isbn.com.ua
www.adverta.com.ua
www.facebook.com/adverta.Izdatelstvo