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

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРІЇ ТА ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ
IV Міжнародної науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців,
присвяченої 100-річчю
Одеського національного політехнічного університету

Одеса, 22-23 березня 2018 р.

2018

УДК 002.1(062.552)

А 43

Редакційна колегія:

Спрінсян В. Г. – заслужений працівник освіти України, канд. мистецтвознавства, зав. кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (ОНПУ), голова Асоціації документознавців України (*голова редколегії*)

Розова Т. В. – Академік Академії наук вищої школи України, доктор філос. наук, професор, зав. каф. культурології, мистецтвознавства та філософії культури ОНПУ

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

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

Жарких В. Ю. - доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії та методології науки

Бірюкова Т. Л. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій (ІДМК) ОНПУ

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

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

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

Панькевич О. О. – старший викладач кафедри ІДМК ОНПУ

А 43 **Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації**: зб. Матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 100-річчю Одеського національного політехнічного університету, Одеса, 22-23 березня 2018 р. / під заг.ред. В. Г. Спрінсяна. – Дніпро: Середняк Т. К., 2018. – 569 с.

ISBN 978-617-7599-71-4

Збірник містить матеріали IV 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 22-23 березня 2018.

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 978-617-7599-71-4

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
IV Международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых,
посвященной 100-летию
Одесского национального политехнического университета

Одесса, 22-23 марта 2018 г.

2018

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 4-th International Scientific and Practical Conference of
students, postgraduates and junior researchers
devoted to the 100-th anniversary
of Odessa National Polytechnic University

Odesa, March, 22-23, 2018

2018

УДК 002.1(062.552)

А 43 Актуальные вопросы документоведения и информационной деятельности: теории и инновации: сб. Материалов IV Международной научно-практической конференции, посвящённой 100-летию Одесского национального политехнического университета. Одесса, 22-23 марта 2018 / под общ.ред.: В. Г. Спринсяна. – Днепро: Середняк Т. К., 2018. – 569 с.

ISBN 978-617-7599-71-4

Сборник включает материалы IV 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 22-23 марта 2018 г.

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 002.1(062.552)

A 43 Topical issues of records management and information activities: theories and innovations: Collection of papers, 4-th International Scientific and Practical Conference devoted to the 100-th anniversary of Odessa National Polytechnic University Odesa, 22-23 March 2018 / edited by V.G.Sprinsyan, – Dnipro: T.K.Serednyak, 2018. – 569 pp.

ISBN 978-617-7599-71-4

The collection comprises articles of the 4-th 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 22-23 March 2018.

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

Ольга Новгородська, Олена Татакі
ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ 16

Віолетта Лавренюк, Олег Волков
ПРАВИЛА АНОТУВАННЯ І РЕФЕРУВАННЯ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ 23

Тетяна Коляда-Березовська, Анастасія Коротка
МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ: ФОРМАТИ MARC ТА ІНШІ СТАНДАРТИ МЕТАДАНИХ..... 31

Віолетта Лавренюк, Артур Бєлунов,
Анна-Софія Дубленич, Катерина Облакевич
МОВЛЕННЄВІ, СТИЛІСТИЧНІ, КОМПОЗИЦІЙНІ І КОМУНІКАТИВНІ ПРИНЦИПИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ 38

Віолетта Лавренюк, Роман Калюпін
ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ 54

Віолетта Лавренюк, Владислав Колесников
ПОМИЛКИ У ЗМІСТІ І БУДОВІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ 65

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНІХ ПРОЦЕСІВ

Ольга Пацукевич
СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РЫНКА ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ (ОПЫТ США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ)..... 76

Санъат Султонович Рахматов,
Наргиза Нажмитдиновна Садулаева
МЕТОД ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ПОДГОТОВКЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ..... 82

Андрей Третьяков
Екатерина Безбородова
К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ ПРОСВЕЩЕНИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В КОНТЕКСТЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ 87

Виктор Блохин
ИНКЛЮЗИВНОЕ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ДИСТАНЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ 92

Рустам Сариев
ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНИКОВ 96

Андрей Третьяков
К ВОПРОСУ ОБ ЭТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПАХ ЭКСПЕРТИЗЫ В ОБРАЗОВАНИИ: СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД 100

Неля Лєсовець
ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ, БІБЛІОТЕЧНОЇ ТА АРХІВНОЇ СПРАВИ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА..... 106

Рустам Сариев
АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ 110

Андрей Третьяков
СОВРЕМЕННОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД В КОНТЕКСТЕ ТРЕБОВАНИЙ XXI ВЕКА 115

Наргиза Нажмитдиновна Садулаева,
Санъат Султонович Рахматов
АКТИВИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ..... 120

Андрей Третьяков
ИНФОРМАЦИОННАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОСТИ: НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ 125

Рустам Сариев
КРИТЕРИИ СОЗДАНИЯ
ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ 130

Санъат Султонович Рахматов,
Наргиза Нажмитдиновна Садулаева
“ПРОЦЕССЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ”
ВВЕДЕНИЕ В ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ 133

Оксана Баюш, Тетяна Андріяш
ПРОФОРІЄНТАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ
КОМУНІКАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ
ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ 137

Андрей Третьяков
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ НРАВСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ
ДОШКОЛЬНИКОВ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ..... 145

Марина Шевченко
РЕГІОНАЛЬНІ РЕПОЗИТАРІЇ ЯК ГОЛОВНА УМОВА
ЯКІСНОЇ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 150

Рустам Сариев
ОБЗОР СРЕДСТВ СОЗДАНИЯ
ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНИКОВ 155

Андрей Третьяков
ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ
БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ
ИННОВАЦИОННЫМИ ПЕДАГОГИЧЕСКИМИ
ТЕХНОЛОГИЯМИ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ 158

Олена Панькевич
НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА
СТУДЕНТІВ-ДОКУМЕНТОЗНАВЦІВ
ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ЕФЕКТИВНОЇ
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ 163

Интизор Норова
ИЗМЕНЕНИЕ СУБЪЕКТА ОБРАЗОВАНИЯ
В ПРОЦЕССЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ 168

Нозима Шарипова
Гулмира Эрдонова
ИНФОРМАЦИОННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ТЕХНОЛОГИИ ОБРАЗОВАНИЯ..... 172

Дилдора Алимова
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА..... 175

Нафиса Раджабова
ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА..... 178

Хайдар Муминов
СОПОСТАВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ БЕСКОМПЬЮТЕРНОГО И КОМПЬЮТЕРНОГО ОБУЧЕНИЯ 182

Мадина Бобожонова
ТЕНДЕНЦИИ СТАНОВЛЕНИЯ ПРОЦЕССА ИНФОРМАЦИИ..... 187

Дилфуза Артикова
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТИПЫ ГУМАНИТАРНОГО ОБУЧАЮЩЕГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ 190

Дилафруз Мухаммедова
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УЧРЕЖДЕНИЯ, ПРЕПОДАВАТЕЛЬ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ..... 194

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Нафиса Зиявитдинова, Фуркат Жалолов
РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ..... 198

Тетяна Бірюкова, Олена Зибіна
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ВИШУ 203

Олена Татакі, Ярослава Сидорчук
ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО
ЯК РЕЗУЛЬТАТ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ 207

Анна Сакута
ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ 212

ІННОВАЦІЇ В ДОКУМЕНТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Нафиса Зиявитдинова, Шербек Хайитов
РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ДОКУМЕНТООБОРОТА
В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 218

Тетяна Лугова, Альона Дрига
ЕЛЕКТРОННИЙ ЦИФРОВИЙ ПІДПИС:
НІМЕЦЬКИЙ ДОСВІД КОНСТИТУЮВАННЯ 223

Ганна Зірчак, Каріна Стрельцова
СУТНІСТЬ ТА ПОНЯТТЯ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ 228

Санъат Султонович Рахматов
АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ
В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЁТЕ 232

Олександр Люлько
СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ 237

Костянтин Міняйло
ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ 242

Макріна Топале
ЕТИКА ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ВИЩИХ
НЕФІЛОЛОГІЧНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ 246

Оксана Бурля
АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕРЕХОДУ
ВІД ТРАДИЦІЙНОГО
ДО ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ 253

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Malika Doshchanova
Akiljan Matyakubova
ALGORITHMIZATION OF THE FUNCTIONING OF AUTOMATED TRAINING SYSTEMS 259

Ольга Малюк
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОБОТИ ФАХІВЦЯ З ДОКУМЕНТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ 263

Юлія Давиденко
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МАТЕМАТИЧНОГО МИСЛЕННЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ 268

Наталія Стронська
БІОГРАФІЧНА ІНФОРМАЦІЯ В КОНТЕКСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ДОРОБКУ ВЧЕНИХ (НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ «УКРАЇНСЬКА БІБЛІОГРАФІЯ В ОСОБАХ») 273

Тетяна Бірюкова, Наталія Косарчук
КВЕСТ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У СУЧАСНІЙ БІБЛІОТЕЦІ 278

Світлана Брайченко, Олексій Чернишов
ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ АНАЛІЗУ АКТУАЛЬНОСТІ ІСНУЮЧИХ ПРОФЕСІЙ 282

Тетяна Бірюкова, Інна Кіпер
КНИЖКОВА ВИСТАВКА В СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ БІБЛІОТЕЧНОМУ ПРОСТОРІ: ОГЛЯД НАУКОВИХ РОБІТ 286

Людмила Малинівська
ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОХОРОНА ПРАЦІ В ГАЛУЗІ ТА ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ» У ВНЗ 290

Тетяна Лугова, Анна Полякова
ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДОВИЙ СКЛАД ДОКУМЕНТІВ У ГЕЙМДИЗАЙНІ 296

Зайниддин Хўжаназаров, Шохиста Тагирова
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 306

Діана Чубук
ВІРТУАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК РОЗШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ СТУДЕНТІВ 311

Юрій Сарахман
РЕКЛАМА ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ МІЖ РЕКЛАМОДАВЦЕМ ТА СПОЖИВАЧЕМ 315

Анастасія Коротка
ФОРМАТИ ОБМІНУ БІБЛІОГРАФІЧНИМИ ДАНИМИ: ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ 324

Володимир Сухина
NOSQL ЯК СПОСІБ УПРАВЛІННЯ ДАННИМИ 330

Тетяна Темченко
ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ТЕКСТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ 333

Александр Выходец
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ 337

Наталя Ткачук, Владислав Архіпов
ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСІБНИКІВ У НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ 343

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ТЕХНІКО-ОРІЄНТОВАНОМУ СВІТІ

Анастасія Крайнюк
СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА КАТАЛОГІЗАЦІЇ 351

Анжеліка Габовда, Маріанна Луца
СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА 355

Володимир Красиленко, Діана Нікітович
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАУКОВОЇ ПУБЛІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇН СВІТУ ЗА ЇХ ІНТЕГРАЛЬНИМИ ПОКАЗНИКАМИ ТА ІНДИКАТОРАМИ ЦИТУВАННЯ В СВІТОВІЙ СИСТЕМІ SJR 358

Маріанна Луца
КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ ТА ЇХ ВИДИ 366

Олена Татакі, Анастасія Берневек
СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУПРОВОДУ ПАЦІЄНТА ДІАГНОСТИЧНОГО ЦЕНТРУ ТОВ «ЛІДЕРМЕД» 370

Анастасія Крайнюк, Наталя Масі
НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНЕ ПРОГРАМУВАННЯ ЯК РЕЗУЛЬТАТ УСКЛАДНЕННЯ ДОКУМЕНТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ..... 375

Наталя Ткачук, Олена Бірюкова
СТЕГАНОГРАФІЯ ЯК ОДИН ІЗ СПОСОБІВ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА 378

Ольга Солярик
ДОКУМЕНТАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ПІДСИСТЕМА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ 387

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ

Екатерина Кулько
КОММУНИКАЦИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЦЕСС..... 391

Temel Karaaslan
THE EVALUATION PROJECT MEDIA LITERACY EDUCATION IN TURKEY..... 395

Нафиса Зиявитдинова
РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА..... 399

Ольга Курыло
ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЩЕНИЕ
КАК СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ И ОБУЧЕНИЯ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ 403

Олена Шевченко, Аліна Сабатин
ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ В МЕРЕЖЕВИХ
ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ 408

Нафиса Раджабова
ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И МОДЕЛИ
ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ 413

Ван Ли
РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОПУЛЯРНЫХ
МЕДИЦИНСКИХ ЖУРНАЛОВ КИТАЯ
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ 417

Світлана Соловйова, Валентина Кубко
СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ КОРПОРАТИВНОГО
ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ 423

Хайдар Муминов
СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИЯ:
СОДЕРЖАНИЕ И ПОНЯТИЕ..... 428

Наталя Серденюк, Валентина Кубко
РЕКЛАМНА СТРАТЕГІЯ У СИСТЕМІ
СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ 431

Катерина Лошан, Сергій Мельник
КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР 436

Дилфуза Артикова
КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ
В СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ 440

Софія Торконяк, Валентина Кубко
ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ
МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
У ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «STAR TIME»..... 444

Олександра Демянченко
ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
У ДІЯЛЬНОСТІ ОДЕСЬКИХ РЕКЛАМНИХ АГЕНЦІЙ 448

Мадина Бобожонова
СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ 452

Дилафруз Мухаммедова
ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ
СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ 456

Ольга Конокієнко, Наталя Масі
ПРОБЛЕМА ВЗАЄМОДІЇ ВЛАДИ ТА МОЛОДІ.
ЗМЕНШЕННЯ БАРЬЄРУ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРОЕКТУ
«МОЛОДІЖНА АЛЬТЕРНАТИВА» 461

Анастасія Крайнюк, Валентина Кубко
КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ
В ПРОЦЕСІ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ 464

Малика Махмудова
КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС 469

Лариса Ященко, Світлана Безугла
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ СУПРОВОДЖЕННЯ
СОЦІАЛЬНОГО ПРОЕКТУ 473

Дилдора Алимова
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЩЕНИЯ
В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ 479

Шахноза Рахматова
ИНТЕРАКТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ 482

Марія Слюсаренко
СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО
ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СЛОВА В ОДЕСІ
(30-ті РОКИ XIX – 20-ті РОКИ XX ст.) 486

Тетяна Шевченко
ДИСКУРСИВНА ПРАКТИКА: ОКРЕСЛЕННЯ ПОНЯТТЯ 494

Гулмира Эрдонова
МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИИ ЛАССУЭЛЛА 500

Анастасія Стельмах
ВИЯВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РЕКЛАМИ ЧОЛОВІЧИХ ТОВАРІВ НА ВІТЧИЗНЯНУ ЧОЛОВІЧУ ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ 505

Ольга Конокиенко
МИФОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ УКРАИНСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ) 508

Интизор Норова
ИНФОРМАЦИОННЫЕ БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ 513

Юлія Шевченко
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЕЛЕКТОРАТ (НА ПРИКЛАДІ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ У США 2016 РОКУ) 516

Анна Домашина
ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК СКЛАДОВА ІМІДЖУ КОМПАНІЇ 520

Світлана Мельник, Марія Якубовська
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАРИСІВ О. ГОНЧАРА 525

Вікторія Сікорська, Вікторія Ковальчук
СУЧАСНА БІБЛІОТЕЧНА УСТАНОВА В СОЦІОКОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ 535

Елизавета Зеленюк
СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ПУТЬ В ОБЩЕСТВО. 541

Тетяна Лугова, Марія Якубовська
ЗМІСТОВА МОДЕЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО ВИДАННЯ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «НОВИНИ ЮЖНОГО») 545

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 557

ІСТОРІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ольга Новгородська, Олена Татакі
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються деякі аспекти виникнення та історичного розвитку соціальної реклами в Україні. Характеризується її сучасний стан та наводиться приклад вдало реалізованих проектів.

Ключові слова: соціальна реклама, розвиток соціальної реклами, вдалі проекти соціальної реклами в Україні, АнтиСНІД

В статье рассматриваются некоторые аспекты возникновения и исторического развития социальной рекламы в Украине. Характеризуется ее современное состояние и приводится пример удачно реализованных проектов.

Ключевые слова: социальная реклама, развитие социальной рекламы, удачные проекты социальной рекламы в Украине, АнтиСПИД

The article examines some aspects of the emergence and historical development of social advertising in Ukraine. Its current state is characterized and example of well-implemented projects are given.

Keywords: social advertising, development of social advertising, successful projects of social advertising in Ukraine, AntiAIDS

В Україні, як відносно молодій і незалежній державі, існують соціальні проблеми, які характерні для суспільства будь-якої сучасної країни світу та призводять до знецінення моральних, етичних, культурних цінностей: наркоманія, кримінальні злочини, поширення хвороб (зокрема ВІЛ/СНІД), війни тощо. Тож наразі актуальним для нашого суспільства є зміцнення морально-етичних цінностей та

згуртування народної єдності. На думку провідних науковців, одним з найефективніших засобів саморегуляції суспільства виступає саме соціальна реклама [2, 184].

Дослідженням соціальної реклами та проблем її ефективності присвятили свої праці такі вітчизняні та зарубіжні дослідники як Є. Ромат [8], Н. Грицюта [2], Т. Примак [6], Г. Ніколайшвілі [5] та ін.. За даними Ресурсного Центру ГУРТ, вітчизняними дослідниками соціальної реклами переважно є представники рекламних агентств Всеукраїнської рекламної коаліції, Асоціації зовнішньої реклами, мережева студія соціальної реклами, Фонд прогресивних реформ та ін. [1].

Реклама як сукупність інструментів впливу з певною метою на аудиторію, впливає на громадськість не завжди позитивно, вважають В. Мякота і Ю. Рудяк. Оскільки, досить часто такий вплив має на меті психологічний тиск на аудиторію, внаслідок чого формується певна індивідуальна й суспільна думка, змінюється поведінка людей, їхні моральні принципи, мотиви, інтереси, потреби. Добре, якщо вона спрямована на інформування з важливих життєвих питань або підвищення рівня освіти особистості. Та найчастіше реклама є лише маніпуляцією. Тобто, під її впливом світогляд людини може набувати несистематизованого, суперечливого характеру. Тому рекламу, здебільшого, визначають як чинник формування моралі і поведінки. Більшість її впливу припадає на дітей та молодь, які не мають досвіду для критичного осмислення інформації. Фактично йдеться про вплив реклами на формування соціуму сьогодення. При цьому, соціальна реклама є різновидом рекламної продукції, що не має комерційної спрямованості і фінансується повністю або частково за рахунок державних грошей [4, 12-13].

Соціальна реклама, за визначенням Є. Ромата, – це один з типів некомерційної реклами, метою якої є формування певних психологічних установок і моделей поведінки, що сприяють досягненню суспільно значущих цілей на різних рівнях: від окремих соціальних груп до суспільства в цілому [8, 91].

Т. Примак зауважує, що соціальна реклама – одна з найактивніших форм роботи державних установ та громадських організацій [6].

Як відзначає дослідниця Г. Ніколайшвілі, терміном «соціальна реклама» послуговуються на теренах країн СНД, у США та Європі використовується термін public service announcement (PSA) [5, 19].

Можна говорити про існування соціальної реклами з давніх-давен, адже актуальними потребами ще тогочасного суспільства було збереження та відтворення соціальних цінностей. Проте офіційно історія світової соціальної реклами починається з 1906 року, коли організація «Американська громадянська асоціація» створила першу соціальну рекламу, яка закликала захистити Ніагарський водоспад від шкоди, що завдавали енергетичні компанії. Ініціативу громадськості підтримав уряд й Конгрес ухвалив відповідний природоохоронний закон [2, 186].

Варто зауважити, що українська соціальна реклама досить молода й найменш розвинена галузь вітчизняного інформаційного простору. Умовно в історії її розвитку можна виділити два такі етапи [3, 30]:

1) радянська соціальна реклама, яка була занадто заідеологізована, монополізована державою і гальмувала у своєму розвитку. Головні теми державної та громадської реклами тих часів відображали різноманітні питання державної політики, при цьому, найчастіше носіями реклами тоді були плакати двох видів – військові плакати та державно-соціальні, які реалізовували такі основні завдання: боротьба з інакомисленням та пропаганда цінностей соціалістичного способу життя. Саме у цей період формується в суспільній свідомості тісний зв’язок між пропагандою та соціальною рекламою.

2) українська сучасна соціальна реклама. Після набуття нашою країною статусу незалежної держави, український простір реклами в цілому, був повністю нульовий. Важливим кроком щодо початку впровадження соціальної реклами став Закон України «Про рекламу» 1996 року, поточна редакція якого діє вже з 06.01.2018. Відповідно до статті 1 цього закону соціальною рекламою є «інформація будь-якого

виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку». У статті 12 говориться, що «рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка особа» [7].

Основними темами соціальної реклами в Україні, після прийняття вказаного закону, стали ВІЛ/СНІД, наркоманія, онкозахворювання, екологія довкілля, збереження генофонду нації, проблеми дитинства і материнства, соціальна реклама проти абортів, проблеми моралі молоді, насилля в родині, дорожня безпека, профілактика злочинності. З моменту набуття чинності Закону України «Про рекламу», соціальна реклама починає набирати обертів і формуватися поступово у фаховий механізм [6].

Соціальна реклама в Україні 2001–2010 років характеризується значною динамікою ринку. А саме, у 2005 році відбувся перший український національний фестиваль соціальної реклами, завданням якого було – привернути увагу до соціальної реклами, як до важливого явища суспільного життя. Окрім цього збільшується кількість маркетингових та PR-агенцій, які долучаються до соціальних проектів та виступають партнерами подібних фестивалів [1].

Зросла кількість соціальних проектів, а також було почато виробництво транснаціональної реклами, що ґрунтувалася на вітчизняних тенденціях і на тенденціях зарубіжного досвіду соціальної реклами. Як зазначає українська дослідниця Н. Грицюта, похідною стає світова тенденція до епатажу, оскільки зростаюча кількість рекламних повідомлень спонукає до боротьби за увагу громадськості. Епатажність соціальної реклами проявляється у жорстокості, агресивності, грі на почуттях страху. В Україні це не так помітно у порівнянні із країнами Західної Європи [2, 188].

Значним кроком у розбудові українського ринку соціальної реклами стало створення у 2007 році Всеукраїнською рекламною коаліцією проекту «Біржа соціальної реклами». Директор якої О. Горлов в інтерв’ю виданню «Ресурсний центр ГУРТ», наступним чином характеризує свій проект: ««Біржа соціальної реклами» – це сайт, через який некомерційні або державні організації можуть

замовити якісну рекламу у фахівців. Наше завдання – підвищувати професійний рівень соціальної реклами в Україні, залучаючи найкращих рекламістів. Професійні послуги надаються замовникам на безоплатній основі» [1].

Поступово формується третій період розвитку соціальної реклами в Україні, який характеризується збільшенням наукового інтересу й відповідним зростання числа наукових праць стосовно даної тематики, розширюється географія наукових пошуків, спостерігається тенденція до глибшого вивчення об’єкта.

Однією з небагатьох успішних некомерційних організацій в Україні сьогодні, яка успішно проводить соціальні акції, став фонд АнтиСНІД Олени Пінчук, що був заснований на кошти приватних осіб у 2003 році та є благодійною організацією по боротьбі з епідемією СНІДу, яка працює на усіх рівнях – від загальнонаціональних проектів до адресної допомоги людям, постраждалим від епідемії СНІДу.

Особливістю діяльності цього фонду є створення і втілення соціальних кампаній проти СНІДу та проведення моніторингу їхньої ефективності. За результатами одного з таких досліджень, в якому взяли участь 600 респондентів (віком 12-50 років) мешканців шести великих міст України (Київ, Харків, Дніпропетровськ (зараз Дніпро), Львів, Одеса, Донецьк) методом особистого інтерв'ю вдома, було виявлено, що акція фонду стала найпомітнішою серед подібних. Крім того, акції, які реалізовує цей фонд, отримують нагороди на різних фестивалях (наприклад, спеціальним призом Київського міжнародного фестивалю реклами за кращу телевізійну соціальну рекламу 2010 року нагороджено відеоролики «Ланцюжок» та «Гумова броня») [9].

Серед програм фонду є: загальнонаціональні кампанії у ЗМІ; масштабні акції із залученням зірок світового рівня; збір коштів на конкретні проекти; робота з лідерами громадської думки; залучення кращого міжнародного досвіду для протидії епідемії СНІДу в Україні; залучення впливових українців до боротьби зі СНІДом.

Вказаним фондом були організовані найбільші в історії сучасної України благодійні заходи: концерт сера Елтона Джона на Майдані Незалежності в Києві у 2007 році; концерт групи Queen + Paul Rogers на Площі Свободи в Харкові у 2008 році.

Зараз цей фонд у межах проекту «Я зможу!», який спрямований на посилення ролі жінок у суспільстві та відкриває нові можливості для дівчат і жінок, що мають ідеї та потенціал для роботи у соціальних проектах, відкриває «Інкубатор соціальних ідей». Цей інкубатор дасть можливість дівчатам та жінкам з усієї України отримати доступ до практичних знань у сфері соціального підприємництва, надихнутися історіями успіху запрошених менторів проекту та заручитися їх підтримкою, поспілкуватися з активістами даної сфери та розробити власний проект під керівництвом організаторів (http://www.antiaids.org/about/fondnews/proekt-ya-zmozhu-vdkriva-nkubator-socalnih-dey-11232.html).

Попри позитивні зміни, що відбуваються у нашій країні стосовно розбудови ринку соціальної реклами, держава досить стримано бере участь у соціальних проектах, що значно пригальмовує розвиток якісної соціальної реклами в Україні.

Таким чином можемо підсумувати, що соціальна реклама, як вид суспільної діяльності, в Україні перебуває в стадії повільного, але впевненого розвитку, який почався після розпаду Радянського Союзу та продовжується і сьогодні. Провідна роль в цьому належить, зокрема, сучасним науковцям та діяльності Біржі соціальної реклами й благодійного фонду АнтиСНІД, що успішно реалізовують проекти соціальної спрямованості.

Перспективним вбачається подальше дослідження проблем соціальної реклами в Україні, зокрема, її нормативно-законодавче підґрунтя та збільшення частки інформаційного простору, що дозволить вивести ситуацію з українським ринком соціальної реклами на якісно новий рівень, і сприятиме, тим самим, зміцненню морально-етичних цінностей громадян нашої держави й вирішенню соціальних проблем.

Література

1. Біржа Соціальної Реклами: Не всі проблеми можна вирішити завдяки соціальній рекламі [Електронний ресурс]: інтерв’ю В. Бушанської / О. Горлов // Ресурсний Центр ГУРТ. – 2012. – Режим доступу: http://gurt.org.ua/news/recent/15861

2. Грицюта Н. С. Сучасний стан етичних проблем соціальної реклами в Україні / Н. Грицюта [Текст] // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С. 184–190.
3. Гультай Б.В. Сучасний стан рекламного ринку України / Б.В. Гультай, О.О. Петращак // Маркетинг в Україні. – 2012. – №6. – С. 28 – 32.
4. Мякота В. Реклама та рекламна діяльність / В. Мякота, Ю. Рудяк. – Х.: Фактор, 2004. – 69 с.
5. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: теория и практика / Г. Г. Николайшвили. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
6. Примак Т. Якою має бути соціальна реклама? //Маркетинг в Україні. - 2008. - №7. -С. 19-24.
7. Про рекламу [Електронний ресурс] : Закон України від 03.07.1996 № 70/96-ВР [Чинний, поточна редакція від 06.01.2018]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр
8. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга / Е. Ромат. – Харьков : Студцентр, 1995. – 229 с.
9. Фонд Олени Пінчук [Електронний ресурс]: http://www.antiaids.org/

УДК-81.8

Віолетта Лавренюк, Олег Волков
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ПРАВИЛА АНОТУВАННЯ І РЕФЕРУВАННЯ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ

Анотація. *В роботі розкриваються основні питання аналітико-синтетичного опрацювання інформації, мета якого - одержання узагальненої характеристики документа, що розкриває логічну структуру і зміст; знаходження найвагоміших у змістовому відношенні даних (основних положень, фактів, доведень, результатів, висновків).*

Ключові слова: *аналітико-синтетичне опрацювання інформації,анотування, реферування.*

Abstract. *The paper reveals the main issues of analytical and synthetic processing of information, the purpose of which is to obtain a generalized description of a document that reveals the logical structure and content; finding the most important in terms of content data (basic provisions, facts, proofs, results, conclusions).*

Key words: *analytical and synthetic processing of information, annotation, referencing.*

Аннотация. *В работе раскрываются основные вопросы аналитико-синтетического обработки информации, цель которого - получение обобщенной характеристики документа, раскрывает логическую структуру и содержание; нахождения наиболее значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доказательств, результатов, выводов).*

Ключевые слова: *аналитико-синтетическое обработки информации, аннотирование, реферирование.*

Анотування (лат. *annotatio* – "примітка", "нотатка") [9; 40] - процес аналітико-синтетичного опрацювання інформації, мета якого - одержання узагальненої характеристики документа, що розкриває логічну структуру і зміст. Анотації використовуються для стислої

характеристики наукової статті, монографії, дисертації тощо, а також у видавничій, інформаційній та бібліографічній діяльності.

Анотації виконують дві основні функції:

- сигнальну (подається важлива інформація про документ, що надає можливості встановлення основного змісту його і призначення, а також дозволяє вирішити, чи варто звертатися до повного тексту праці);

- пошукову (анотація використовується в інформаційно-пошукових, зокрема, автоматизованих системах, для пошуку конкретних документів).

Анотація складається з двох частин: бібліографічного опису і власне тексту. Вона не розкриває змісту наукового джерела, а лише інформує про наукове джерело певного змісту й характеру. Анотація дозволяє читачеві сформувати достатнє й об'єктивне попереднє уявлення про незнайому для нього наукову публікацію і тим самим сприяє плідному пошукові, відбору та систематизації необхідної інформації.

За функціональним призначенням анотації бувають *довідкові* та *рекомендаційні.* Довідкова анотація уточнює заголовок і повідомляє відомості про автора, зміст, жанр та інші особливості документа, що відсутні в бібліографічному описі.

Рекомендаційна анотація покликана активно пропагувати, зацікавлювати, переконувати в доцільності прочитання документа, тому в рекомендаційних анотаціях є дидактична спрямованість, педагогічні рекомендації, методичні поради тощо, за обсягом вони ширші, аніж довідкові.

За обсягом та глибиною розрізняють анотації *описові* та *реферативні.*

Описові анотації, узагальнено характеризуючи зміст первинного документа і подаючи перелік основних тем, що в ньому відображені, деталізують інформацію, подану в документі.

Реферативні анотації не тільки подають перелік основних тем, а й розкривають їх зміст.

Текст анотації вирізняється лаконічністю, високим рівнем узагальнення інформації, що представлена в первинному документі. У

тексті анотації не варто використовувати складні синтаксичні конструкції, що перешкоджають сприйняттю тексту.

План аналізу документа під час укладання довідкової анотації:

1. Відомості про автора.
2. Відомості про форму (жанр) тексту.
3. Предмет, об'єкт або тема.
4. Характеристика змісту анотованого документа.
5. Характеристика довідкового апарату видання.
6. Цільове й читацьке призначення документа.

План аналізу документа під час складання рекомендаційної анотації:

1. Відомості про автора.
2. Характеристика анотованого твору.
3. Оцінка твору.
4. Характеристика художньо-поліграфічного та редакційно-видавничого оформлення.
5. Цільове й читацьке призначення документа.

Якщо для наукових досліджень анотації часто подають стандартні формулювання ("автор розповідає", "стаття присвячена", "у монографії розглядаються" тощо), то для текстів науково-популярних, художніх, публіцистичних тощо варто подбати про оригінальні конструкції, тобто доцільно використовувати різноманітні варіанти подачі матеріалу: запитання до читача, порівняння з іншими документами, виділення головної ідеї тощо. Бажано, щоб у кількох рядках тексту існувала часова відповідність та однотипність дієслівних форм. Наукова термінологія, що використовується в анотації, має бути загальноприйнятою, відповідати сучасному рівню знань. Текст анотації складається з двох частин: бібліографічного опису і власне тексту анотації, що починається з абзацу.

Анотації до кандидатської чи докторської дисертацій подаються наприкінці автореферату дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата чи доктора наук. Вони лаконічно відображають основний зміст і результати наукового дослідження.

Анотації друкуються у такій послідовності: українською, російською та англійською мовами; одна з них, на вибір автора

(здобувача наукового ступеня), має бути розгорнутою, обсягом 2 сторінки машинописного тексту (до 5000 друкованих знаків); дві інші - ідентичні за змістом (обсягом до 0,5 сторінки, до 1200 друкованих знаків). Після кожної анотації наводяться ключові слова відповідною мовою, загальна кількість - не менше трьох і не більше десяти.

Реферування (лат. *referre* – "доповідати", "повідомляти") [9; 433]- процес аналітико-синтетичного опрацювання інформації, що полягає в аналізі первинного документа, знаходженні найвагоміших у змістовому відношенні даних (основних положень, фактів, доведень, результатів, висновків).

Реферування має на меті скоротити фізичний обсяг первинного документа за умови збереження його основного змісту, використовується у науковій, видавничій, інформаційній та бібліографічній діяльності.

Реферат – це:

1) вторинний документ, результат аналітично-синтетичного опрацювання інформації, поданий у вигляді стислого викладу наукової праці, вчення, змісту джерела із зазначенням характеру, методики, результатів дослідження та збереженням його мовностилістичних особливостей;

2) вид письмового повідомлення, короткий виклад головних думок, поєднаних однією темою, їх систематизація, узагальнення й оцінка.

Студентам усіх напрямів вищої освіти навички реферування допомагають опрацьовувати на якісному рівні та в значних обсягах науково-навчальну, науково-популярну, суто наукову літературу за спеціальністю.

Реферативне читання наукових джерел за фахом є обов'язковим під час написання курсової, дипломної робіт. Основні функції реферату:

- *інформаційна* - реферат подає інформацію про певний документ;

- *пошукова* - реферат використовується в інформаційно-пошукових та автоматизованих системах для пошуку конкретних тематичних документів та інформації.

Реферати класифікують за кількома ознаками:

1) ***належністю до певної галузі знань*** (реферати щодо суспільних, гуманітарних, природничих, технічних, точних та інших галузей науки);

2) ***способом характеристики*** первинного документа (*загальні* реферати або *реферати-конспекти*, що послідовно передають у загальному вигляді зміст усього первинного документа; *спеціалізовані* або *проблемно-орієнтовані* реферати, що акцентують увагу читача на окремих темах або проблемах первинного документа);

3) ***кількістю джерел реферування*** (*монографічні* - в основу покладений один первинний документ; *реферати-фрагменти*, що відображають окрему частину первинного документа, його розділ, підрозділ, параграф; *оглядові* або *зведені, групові* реферати, коли до роботи залучається кілька або ціла низка тематично споріднених реферованих праць);

4) формою викладу (*текстові, табличні, ілюстровані* або *змішані*).

Реферат, як доповідь на будь-яку тему, написана на основі критичного огляду літературних та інших джерел, готується за одним або кількома джерелами, у ньому автор подає чужі та власні думки. Рекомендований обсяг реферату - 10- 12 сторінок друкованого тексту (0,5 друкованого аркуша).

ЯК НАПИСАТИ РЕФЕРАТ:

1. Визначити тему.

2. Дібрати літературу:

а) документи, першоджерела;

б) монографії, довідники, збірники;

в) газетні та журнальні матеріали.

3. Ґрунтовно вивчити літературу, зробити виписки цитат, основних думок.

4. Скласти список розділів, який може бути й планом реферату.

5. Продумати план реферату, можливе його розширення.

6. Систематизувати опрацьований матеріал.

7. Остаточно продумати й уточнити план реферату.

8. У кінці реферату слід подавати список використаної літератури.

9. Бібліографічний опис джерела списку літератури оформити відповідно до вимог.

СТРУКТУРА РЕФЕРАТУ:

1. Титульна сторінка (назва міністерства, якому підпорядкована установа; назва закладу; назва кафедри, на якій виконано роботу; назва дисципліни; тема реферату; назва виду документа (реферат); посада автора (курс та номер групи студента); прізвище, ім'я, по батькові автора; місто і рік написання).

2. План.

3. Текст, який складається зі вступу, основної частини, висновків.

4. Список використаної літератури.

Автореферат - короткий письмовий виклад наукового твору самим автором, найчастіше - автореферат дисертації. Призначення автореферату - ознайомити наукових працівників з методикою дослідження, результатами й основними висновками дисертації.

Отже, беручи до уваги вищевикладене, робимо такий ВИСНОВОК: анотування і реферування наукових текстів полегшує сприйняття тексту, а значить покращує розуміння наданої інформації.

Список використаних джерел

1. *Лавренюк В.В. Розвиток фахового мовлення студентів на заняттях з української мови за професійним спрямуванням // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г. Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 449-455 ;*
2. *Лавренюк В.В., Вакарчук В.О. Оратор і аудиторія: контакт, вплив, взаємодія // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року*

/під заг ред. В.Г. Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 455-461;

3. *Лавренюк В.В. Точність терміновживання в офіційно-діловому та науковому стилях мовлення //Актуальні проблеми державного управління // Збірка наукових праць. – Одеса: ОРІДУ НАДУ при Президентові України, 2016 р. – С. 111-118;*
4. *Лавренюк В.В. Деякі аспекти розвитку української термінології // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття. Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса: Сімекс-Принт, 2016р. – С. 274-282;*
5. *Лавренюк В.В., Спрінсян В.Г. Навчальний посібник з дисципліни "Українська мова за професійним спрямуванням" / Для студентів усіх спеціальностей ОНПУ денної форми навчання. Рівень підготовки - бакалавр. Галузь знань – 0201 "Культура". Напрям підготовки – 6.020105 "Документознавство та інформаційна діяльність". / Укл.: В.В. Лавренюк, В.Г. Спрінсян – Одеса: ОНПУ, 2017. - 38 с.;*
6. *Миронова Т.В. Язык жестов. Как добиться успеха в жизни. – М.: ЗАО Центрполитграф, 2006. – 223 с.;*
7. *Мисик В. Застосування мультимедійних презентацій на уроках української мови // Методичні студії: Збірник наук.-мет. праць. Вип. 1 / Укл.: Анатолій Загнітко (відпов. ред.). та ін. – Донецьк: ДонНУ, 2009. – 370 с.;*
8. *Нісімчук А.С., Падалко О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник / А.С. Нісімчук, О.С. Падалко, О.Т. Шпак. – К.: Видавничий центр "Просвіта", "Книга пам'яті України". – 2000. – 368 с.;*
9. *Словарь иностранных слов. Издание 14-е, исправленное. – М.: Русский язык, 1987. – С. 396;*
10. *Туркот Т.І. Педагогіка вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.І. Туркот. – К.: Кондор, 2011. – 628 с. ;*
11. *Українська мова за професійним спрямуванням: Практикум: навч.посіб. / Т.В. Симоненко, Г.В. Чорновол, Н.П. Руденко. К.: ВЦ "Академія", 2009. – 272 с.;*

12. *Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. – 2-ге вид., виправ. і доповнен. – К.: алерта, 2011. – 696 с.;*
13. *Якубовська М.Г. Семіотика, жанри і функції рекламної комунікації // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття : зб. матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 8-10 вересня 2011 року) / [під заг. ред. В.Г.Спрінсяна]. – Одеса : Симэкс-Принт, 2011. – С. 151-154 (0,2 д.а.);*
14. *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. (0,6 д.а.);*
15. *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. (0,6 д.а.)*
16. *Якубовська М.Г. Конспект лекцій по курсу «Культура мови та ораторське мистецтво» для студентів за фахом 020101 – «Документознавство та інформаційна діяльність». – Одеса: ОНПУ, 2011. – 268 с. (12,8 д.а.) (електронна версія KL04231 від 13.12.2011);*
17. *Якубовська М.Г. Методичні вказівки до самостійної роботи студента з курсу "Культура мови та ораторське мистецтво" для студентів за фахом 020101 – "Документознавство та інформаційна діяльність". – Одеса: ОНПУ, 2012. – 78 с. (3,7 д.а.) (Електронна версія);*
18. *Ястребов Л.Й., Создание мультимедийных презентаций в программе Microsoft Power Point, Вопросы Интернет-образования. – № 41. – Режим доступа: http://vio.fio.ru/vio_41/cd_site/Articles/glava- 00/02.htm.*

Тетяна Коляда-Березовська, Анастасія Коротка
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ: ФОРМАТИ MARC ТА ІНШІ СТАНДАРТИ МЕТАДАНИХ

Йдеться про фактори розвитку систем формування масивів метаданих для опису мережевих ресурсів. Увагу зосереджено на форматах Dublin Core Metadata, Online Information Exchange (ONIX), співвідношенні XML і MARC-форматів. Аналізуються деякі національні інструментальні засоби щодо бібліографічного опису різноманітних ресурсів.

Ключові слова: *стандарти метаданих, MARC-формат, Dublin Core Metadata, ONIX, ALEPH, LIBER MEDIA.*

Речь идет о факторах развития систем формирования массивов метаданных для описания сетевых ресурсов. Внимание сосредоточено на форматах Dublin Core Metadata, Online Information Exchange (ONIX), соотношении XML и MARC-форматов. Анализируются некоторые национальные инструментальные средства библиографического описания различных ресурсов.

Ключевые слова: *стандарты метаданных, MARC-формат, Dublin Core Metadata, ONIX, ALEPH, LIBER MEDIA.*

We are talking about the factors of the development of systems for forming metadata arrays for describing network resources. Attention is focused on the formats of Dublin Core Metadata, Online Information Exchange (ONIX), the relationship of XML and MARC-formats. Some national tools for bibliographic description of various resources are analyzed.

Key words: *metadata standards, MARC-format, Dublin Core Metadata, ONIX, ALEPH, LIBER MEDIA.*

Організація Об'єднаних Націй (ООН) у 2015 р. узгодила Порядок денний до 2030 р., у якому, зокрема, зазначено: «Сьогодні у світі 320 000 публічних бібліотек і понад мільйона парламентських,

національних, університетських, наукових і дослідницьких, шкільних і спеціальних бібліотек роблять все можливе, щоб інформація і навички, необхідні для її використання, були доступні кожному, що робить бібліотеки вкрай необхідними установами для усіх у цифрову епоху. Бібліотеки надають інфраструктуру для інформаційних і комунікаційних технологій..., допомагають людям розвивати свій потенціал для ефективного використання інформації і зберігають інформацію, щоб забезпечити постійний доступ до неї...» [4]. Проблема вдосконалення системи бібліотечно-інформаційного обслуговування, що базується на електронних інформаційних ресурсах бібліотеки, залишається актуальною, особливо в аспекті запровадження міжнародних стандартів бібліотечно-інформаційної діяльності та обміну бібліографічними даними [9]. Ще з 80-х років XX століття, коли Міжнародною організацією зі стандартизації (International Standard Organization – ISO) була розроблена система стандартних протоколів, що отримала назву моделі взаємодії відкритих систем (Open System Interconnection – OSI / ISO) або еталонної моделі взаємодії відкритих систем (ЕМ ВВС), з'явилися найзагальніші рекомендації для побудови стандартних сумісних онлайнових програмних продуктів. Це вимагало відповідної організації електронної інформації, обліку й технологічного опрацювання електронних документів, кооперації та інтеграції, міжбібліотечної взаємодії, зв'язку бібліотек з іншими суб'єктами інформаційної сфери. Метою такої інформаційної співпраці стало створення корпоративних бібліотечних систем, організація корпоративної каталогізації першоджерел та систем розподілених ресурсів з онлайновим доступом [1, 87].

Відомо, що для повноцінної бібліотечної системи необхідна реалізація можливості повноцінного інформаційного обміну. У цьому – призначення автоматизованої бібліотечно-інформаційної системи (АБІС) — системи планування ресурсів бібліотеки, які використовуються для відстеження бібліотечних фондів, від їх замовлення та придбання до видачі відвідувачам бібліотек [10]. АБІС забезпечують опрацювання, аналітико-синтетичну обробку та представлення користувачам документного фонду бібліотеки (як

традиційного (паперового), так і електронних інформаційних ресурсів), обслуговує бібліотечні фонди на всіх етапах. На формування і функціонування інформації у сучасному інформаційному середовищі впливає низка факторів, серед яких ключовим визнається розвиток систем метаданих для опису ресурсів і, як вказує І. В. Лобузін, «від якості системи метаданих, її продуманості та відповідності міжнародним стандартам залежить успіх та інтероперабельність цифрового проекту наукової бібліотеки. Як показує міжнародний досвід процес вивчення, відбору та розвитку системи метаданих цифрового фонду є складним і відповідальним, і відповідно поділяється на декілька етапів: 1) вивчення основних потреб в метаданих; 2) розгляд та аналіз вже існуючих стандартів і проектів; 3) підготовка специфікації метаданих та розробка системи метаданих; 4) підготовка нормативно-методичної документації; 5) навчання співробітників та утримання служби метаданих» [7].

Для задоволення потреб бібліотек свого часу був розроблений формат MARC, концепція якого знайшла широке застосування в різних галузях інформаційної діяльності. Так, всередині бібліографічного простору в таких суміжних галузях, як видавнича, бібліотечна та галузь інформаційних мереж, почали співіснувати три формати: UNIMARC — орієнтований на каталогізацію бібліотечних ресурсів, ONIX — для складання бібліографічного опису на видавничу продукцію, та метадані — набори елементів бібліографічного опису для Internet-ресурсів. Подальший розвиток спричинив виникнення потреби у створенні адаптованих рекомендацій для опису мережевих ресурсів. Це зумовило розробку формату Dublin Core Metadata, тобто набору елементів метаданих для опису семантики Web-документів, який ще називають Дублінським ядром (DC), (прийнятий в 1995 р. у м. Дублін (США) на симпозіумі, організованому Online Computer Library Center (OCLC) та National Center for Supercomputing Applications (NCSA). Метою розробки DC було створення простого набору елементів метаданих, що не потребує професійної підготовки та розрахований на тих, хто надає у глобальній мережі електронні матеріали з описом власних результатів. У дослідженні О. Баркової зазначається, що згодом світовою спільнотою були розроблені рекомендації з набору

полів і методів опису електронних ресурсів. На сьогодні до набору DC включено поля, що дозволяють описувати основні характеристики інформаційного ресурсу, для більш складного опису передбачено й підполя. Дані, зображені у форматі Dublin Core та інших подібних форматах, є основою формування масивів метаданих про чисельні ресурси, які існують в середовищі Internet [1, 85]. Компактна і проста схема отримала широке поширення. При розробці DC не передбачалося, що нова схема повністю замінить MARC. Схема DC більш пристосована до використання пошукових інструментів, проте записи DC не забезпечують таку повноту і детальність, як MARC-записи. У зв'язку з цим виникло питання: чи дійсно необхідно докладний опис (MARC або DC) для пошуку Internet-ресурсів? Дискусії привели до пропозиції визначати 4 рівня каталогізації електронних ресурсів, залежно від важливості ресурсу: повні MARC-записи, доповнені записи DC, прості записи DC і використання тільки пошуку за ключовими словами, пропонованим пошуковими машинами.

Американською асоціацією книговидавців створений формат ONIX (Online Information Exchange) – Міжнародний стандарт інформаційного обміну у книжковій торгівлі. ONIX значно відрізняється від MARC-форматів наявністю поруч з бібліографічними даними, які дозволяють ідентифікувати документ та розкривають його зміст, даних, що розглядають документ як товар. Структура цього формату значно простіша, ніж сімейства MARC-форматів. Незважаючи на те, що ONIX і MARC націлені на різне використання даних, спільним для них є об'єкт опису – з однією назвою, одним і тим же автором, виданий одним видавництвом. Це дає можливість будувати конвертори, таблиці відповідностей між елементами даних різних форматів. Зокрема, такий конвертор існує в Бібліотеці Конгресу. MARC - XML – стандарт-контейнер, метамова розмітки, що забезпечує просте структурне представлення даних, має досить широку сферу застосування і відіграє все більшу роль в інформаційному обміні. Як зазначає О. Н. Жлобінська [5], свого часу мала місце думка, що MARC-формат віджив своє і повинен поступитися місцем XML через низку переваг останнього над MARC-

форматами: 1) гнучкість – в ньому немає фіксованого набору полів і певного синтаксису, це дозволяє користувачам створити свою власну мову; 2) відсутність жорстких обмежень на розмір запису, 3) можливість включення у запис інших текстів, звукових файлів, 4) широке поширення поза бібліотечною спільнотою. Проте, з часом висловлювання стали менш радикальними. Зазначені формати UNIMARC, ONIX, Dublin Core та деякі інші існують і розвиваються паралельно. Вони не є альтернативними, але є специфічними для вирішення завдань бібліографічного опису в різних інформаційних галузях. Сумісність цих форматів і використання стандартних конверторів дозволяє використовувати дані щодо бібліографічного опису різноманітних ресурсів у послідовній інформаційній технології «видавництво–бібліотека–інформаційні мережі».

Групою єрусалимських програмістів, аналітиків та бібліотекарів в Єврейському університеті розроблено АБІС ALEPH. Програма ALEPH – це інтегрована бібліотечна програма, що підтримує багатомовність, яка має дуже гнучкий апарат адаптації до потреб конкретної бібліотеки та забезпечує комплексну автоматизацію всіх процесів бібліотечної технології. Інструментальні засоби дають можливість: а) підтримувати графічні зображення і повні тексти документів; б) MARC-сумісні формати; в) ISO-стандарти; г) інформаційно-пошукові мови дескрипторного й класифікаційного типів з наявною в них системою посилань; д) авторитетні файли; е) штрихові коди (бар-коди); ж) протоколи передачі даних для роботи в локальних, корпоративних і глобальних мережах; з) WWW-сервер, який надає широкий спектр послуг через Інтернет [6].

Французькою фірмою Relais Informatique International було розроблено програмну систему АБІС LIBER MEDIA, яка працює під керуванням постреляційної системи (ПС) керування базами даних Pick. ПС Liber забезпечує комплексну автоматизацію основних процесів бібліотечної технології. Можливе каталогізування за скороченим, середнім і повним набором екранних форм, створюваних при встановленні Liber у конкретній бібліотеці. Є можливість обмінюватися даними з іншими системами у MARC-сумісних форматах. Контроль книговидачі передбачає наявність на книгах і

читацьких квитках етикеток зі штриховими кодами та апаратури для зчитування таких кодів. Liber має набір довідників, що служить основою для формування авторитетних файлів, які забезпечують роботу з предметними рубриками та підрубриками та семантичними зв'язками між ними [3].

В умовах інформаційного суспільства подальшому розвитку відкритого доступу до інформаційних ресурсів, що містять результати наукових досліджень, сприяє інформаційне забезпечення e-Science як сучасного напряму діяльності бібліотек. Це передбачає активне використання технологій управління даними, зокрема, зумовлює необхідність здобуття бібліотекарями нових навичок щодо формування метаданих [8].

Література

1. Баркова, О.В. Питання організації фонду онлайнових документів електронної бібліотеки [Текст] / О.В. Баркова // Реєстрація, зберігання і обробка даних.– 2002.– Т. 4, № 2.– С. 85 – 95.
2. Вілегжаніна, Т.І. Бібліотеки інформаційного суспільства: проблеми, завдання [Текст] / Т.І. Вилегжаніна // Бібл. планета. – 2009. – №4. – С.4 – 5.
3. Дзюба, Н. Электронные ресурсы детских библиотек Украины и формирование информационной культуры читателей [Текст] / Н. Дзюба, А. Кобзаренко // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире: новые технологии и новые формы сотрудничества.– М., 2001.– Т.2.– С. 900 – 902.
4. Доступ и возможности для всех: вклад библиотек в реализацию повестки дня ООН до 2030 года [Электронный ресурс] / ИФЛА.– Режим доступа: https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/libraries-development/documents/access-and-opportunity-for-all-ru.pdf
5. Жлобинская, О. Н. MARC-форматы в современной информационной среде [Электронный ресурс] / О.Н. Жлобинская.– Режим доступа: http://rusmarc.ru/publish/MARC_now.pdf.
6. Красножон, В. Комп'ютерні технології в інформаційно-бібліографічній роботі дитячої бібліотеки [Текст] / В. Красножон,

І. Торлін // Основні аспекти та прогресивні технології діяльності бібліотек. – К., 1998. – С.46 – 51.

7. Лобузін, І. В. Життєвий цикл метаданих цифрового проекту наукової бібліотеки [Електрон. ресурс] / І. В. Лобузін.– Режим доступу: http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/947
8. Ржеуський, А. Роль бібліотек як соціальних інститутів в інформаційному забезпеченні e-Science / А. Ржеуський, Н. Веретеннікова, О. Малиновський, Н. Кунанець // Бібліотечний вісник.– 2016.– № 3.–С. 3-9.– Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/bv_2016_3_3.pdf
9. Якісні зміни бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України [Електрон. ресурс]: Матеріали до стратегії розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року / Укр. бібл. асоц.; автори-упорядники: О.М.Бруй, О.В. Воскобойнікова-Гузєва, В.С. Пашкова, Я.Є.Сошинська, І.О.Шевченко.– Київ: УБА, 2015.– 57 с.– Режим доступу: https://ula.org.ua/images/uba_document/vudanna/Strategy_Print5_black_text.pdf.
10. Ярошенко, Т.О. Бібліотеки України за відкритий доступ до знань! [Електрон. ресурс] / Т. О. Ярошенко.– Режим доступу: http://idea.com.ua/forum/viewtopic.php?t=810&highlight=n3y2009&sid=4eabadcb83d8dfe838bbb8d9f58b8bd5.

УДК-81.8

Віолетта Лавренюк, Артур Бєлунов,
Анна-Софія Дубленич, Катерина Облакевич
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

МОВЛЕННЄВІ, СТИЛІСТИЧНІ, КОМПОЗИЦІЙНІ І КОМУНІКАТИВНІ ПРИНЦИПИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

Анотація. *У статті розглядаються основні стилістичні, композиційні та комунікативні принципи презентацій, а також види, їхнє призначення, вимоги до оформлення, мовні й позамовні (вербальні, невербальні) засоби комунікації, що забезпечать зацікавленість максимальної кількості людей, яким вона адресована.*

Ключові слова : *презентація, культура мовлення, вербальна комунікація, невербальна комунікація.*

Abstract. *The article deals with the main stylistic, compositional and communicative principles of presentations, as well as types, their purpose, requirements for registration, and linguistic and non-verbal (verbal, non-verbal) means of communication, which will ensure the interest of the maximum number of people to whom it is addressed.*

Key words: *presentation, speech culture, verbal communication, nonverbal communication.*

Аннотация. *В статье рассматриваются основные стилистические, композиционные и коммуникативные принципы презентаций, а также виды, их назначение, требования к оформлению, языковые и внеязыковые (вербальные, невербальные) средства коммуникации, которые обеспечат заинтересованность максимального количества людей, которым она адресована.*

Ключевые слова: *презентация, культура речи, вербальная коммуникация, невербальная коммуникация.*

У наш час, коли постійно зростає кількість пропозицій про нові проекти, види продукції, послуги та інше, важливим стає те, як надати інформацію щодо них. І для того, щоб нові ідеї дійшли до свого адресата, були сприйняті, треба це робити в заманливій, цікавій і

переконливій формі. Такою формою може стати презентація. Змістом презентації може бути інформація про нову видану книгу, новий товар, створену фірму.

Розглянемо основні мовленнєві, стилістичні, та комунікативні принципи створення і проведення ефективної презентації.

Поняття «презентація» (лат. *praesentatio* – "представлення", "пред'явлення") – [9; 396] вживається у двох значеннях:

1. Дія, акція (загальновживане значення): показ нового товару, представлення широкому загалу нової інформації (книжки, колекції мод, кінофільму) як рекламна, популяризуюча акція. Іншими словами, презентація – це демонстраційні матеріали практично для будь-якого публічного виступу – від доповіді керівникові до рекламної акції або лекції перед слухацькою аудиторією. Проведення презентації як акції може супроводжуватися показом документа-презентації для більшої наочності та демонстрації об’єктів і подій, які не можуть бути в певний час безпосередньо представлені аудиторії. Презентація завжди передбачає живе спілкування в режимі діалогу. На відміну від інших видів реклами, презентація передбачає початкову зацікавленість аудиторії в одержанні інформації та добровільне відвідування місця її проведення. Презентація надає додаткову можливість швидкого зворотнього зв’язку, аналізу статистики, проведення опитувань, анкетування. Правильно організована презентація сприяє суспільному визнанню, підвищенню популярності, зміцненню іміджу компанії, корисним і цікавим знайомствам.

2. Документ, створений за допомогою комп’ютерної програми Power Point. Синонімами терміну "презентація" у цьому розумінні є поняття *"комп’ютерна презентація"* та *"мультимедійна презентація"*. Презентація як комп’ютерний документ являє собою послідовність слайдів, тобто електронних сторінок, що змінюють одна одну. Демонстрація такого документа може відбуватися на екрані монітору комп’ютера чи на великому екрані за допомогою спеціальних пристроїв – мультимедійного проектора, плазмового екрану, мультимедійного плато, телевізора тощо.

Глядачі бачать чергування зображень, на кожному з яких можуть бути текст, фотографії, малюнки, рисунки, діаграми, графіки,

відеофрагменти, що можуть супроводжуватися звуковим оформленням – музикою чи голосовим коментарем диктора. Найчастіше відео- та аудіоматеріали є суттєвим доповненням доповіді окремої людини. Під час демонстрації об'єкти можуть відразу відображатися на слайдах, а можуть з'являтися на них поступово, у певний час, визначений доповідачем для підсилення наочності доповіді та акцентування на особливо важливих моментах її змісту. За потреби доповідач може порушити визначену заздалегідь послідовність демонстрації слайдів і перейти до будь-якого з них у довільному порядку.

У літературі не існує загальновизнаної класифікації презентацій за типом змісту та оформленням. Так, Леонід Ястребов пропонує класифікувати презентації за ступенем їх "оживлення" різними ефектами. Він виокремлює такі групи презентацій:

- ***офіційна презентація*** – різного роду звіти, доповіді тощо перед серйозною аудиторією, в якій необхідним є строгий дизайн, витриманість, єдиний шаблон оформлення для всіх слайдів, вимагається чітке структурування та розміщення на слайдах усіх тез доповіді;

- ***офіційно-емоційна презентація***. Така презентація має на меті передати слухачам деяку офіційну інформацію та надихнути їх, переконати в чомусь. Напр., таку презентацію можна зробити на батьківських та колективних зборах;

- ***"плакати".*** У цьому випадку презентація складається тільки з ілюстративного матеріалу. На слайдах – тільки ілюстрації з мінімумом підписів, комп'ютер використовується як звичайний слайд-проектор. Уся 6 робота з пояснення змісту покладається на доповідача. Дуже бажаний єдиний шаблон оформлення;

- ***"подвійна дія".*** На слайдах презентації, крім зображень, використовується текстова інформація. Вона може або пояснювати вміст слайду або його «розширювати»;

- ***інтерактивний семінар*** створюється для проведення семінару в режимі діалогу з аудиторією. Стають допустимими різноманітні анімації, рухомі малюнки, фотографії, що обертаються, об'єкти навігації, і особливо – варіативні презентації: відповіді слухачів, їх

реакції на запитання й твердження передбачають різні варіанти проведення презентації;

- ***електронний роздатковий матеріал.*** Матеріал презентації має викладатися вичерпно, докладно, оскільки у слухача немає можливості перепитувати доповідача. Додатковий матеріал може міститися в гіперпосиланнях або у спеціальних примітках до слайду. Якщо презентація призначена для самостійної роботи, її інтерфейс, навігація по слайдах, можливості розгалуження повинні бути добре продумані та обґрунтовані;

- ***"інформаційний ролик".*** Ролик має демонструватися самостійно й незалежно від доповідача, причому автоматично повертатися до його початку. Увесь показ проходить в автоматичному режимі. Презентація містить матеріали інформаційно-рекламного характеру, наочні матеріали, розраховані на швидке сприйняття. Напр., така презентація може використовуватися на виставках. Добре, коли така презентація супроводжується дикторським пояснюючим текстом, що звучить з колонок [18; 35] .

Презентації можна класифікувати і за такими ознаками:

1) ***за кількістю медіа - засобів:***

-мультимедіа (звуки, зображення, відеофрагменти);

-текстові (з мінімальним ілюструванням);

-комбіновані;

2) ***за призначенням:***

-комерційні (здебільшого рекламного характеру);

-інформаційні;

- навчальні тощо.

За об’єктом презентації розрізняють такі її типи:

1) ***презентація організації*** (фірми, акціонерного товариства, корпорації, громадської організації тощо). Мета: створення іміджу фірми серед ділових кіл, створення або відтворення сприятливого образу фірми, реклама імені фірми. За своєю суттю така презентація є частиною рекламної кампанії організації;

2) ***презентація товару.*** Мета: інформування цільового ринку про нову марку, товар або послугу; ознайомлення споживачів з новими

можливостями товару, режиму роботи магазину тощо; досягнення віддання переваги марці та ін.;

3) ***презентація проекту***. Мета: інформування слухачів про проект, визначення зворотньої реакції, пошук зацікавлених у підтримці розроблення та реалізації його. Цей вид презентації найбільш вимогливий до форми подання, змісту й підготовки, оскільки передбачає переконання аудиторії в необхідності розроблення або втілення проекту. Слухачами найчастіше є група осіб, які на підставі цієї презентації мають ухвалити рішення щодо розроблення проекту. Часто такий вид презентації є водночас і першим контактом з інвестором. Вимоги: оскільки в більшості випадків термін проведення такої презентації обмежений (максимум 15 хв.), презентатор зобов'язаний уміти за декілька хвилин донести до слухачів переваги та найкращі риси своєї ідеї, проекту. Оскільки він не знає аудиторії, він повинен під час презентації розпізнати «невербальні» ознаки реакції слухачів і використовувати пов’язану з цим важливу (цінну) інформацію. Особливі вимоги висуваються до структури презентації та засобів упливу: мова рухів, риторика, жестикуляція та структура допоміжних засобів (слайди, дошки тощо).

Хід презентації:

- привітання; представлення презентатора;
- презентація згідно з обраною структурою;
- запитання та відповіді;
- висновки;
- коротка подяка за увагу та прощання;

4) ***презентація результатів*** (обсягу й змісту виконаних робіт). Мета: представити значущість результатів своєї праці, надати певній вузькій групі осіб звіт, ознайомити з результатами виконаних робіт. Така презентація менш вимоглива до дотримання певних правил підготовки й цілком може бути спонтанною, якщо заздалегідь підготовлено та впорядковано необхідні дані, а презентатор добре знайомий із цим матеріалом. Зазвичай майже всі слухачі презентатору знайомі, але він може впливати на їх склад. Презентація результатів часто є приводом для подальших замовлень. Вимоги: упевнений виступ і знання проекту/проектів, на яких базується доповідь, уміння

маніпулювати засобами інформування. Доцільно перейти до дискусії й провести її. Допоміжні засоби: проектор, дошка, підручні засоби.

Хід презентації:

- привітання;

- формулювання мети презентації, представлення перебігу та тривалості її;

- формулювання мети проекту (так, як це визначено у проекті);

- доповідь згідно з основною структурою;

- перехід до дискусії через постановку запитань;

- ведення дискусії;

- підбиття підсумків дискусії;

- оголошення подальшого перебігу подій;

- подяка за увагу та прощання. Тривалість – мінімум 30 хв., максимум – 60 хв. плюс час на дискусію;

5) ***презентація плану майбутніх робіт***. Цей вид презентації аналогічний попередньому, але об'єктом тут є майбутні роботи організації або особи. Її метою може бути: інформування певного кола осіб про намічені роботи, їх опис для піддання об'єкта презентації критичному аналізу та зміні.

За метою та масштабами проведення виділяють такі типи презентацій: *брифінг, ексклюзив, конференція, шоу.*

Презентація-брифінг. Мета: представлення нововведень компанії. Проводиться середніми й великими компаніями (банками, операторами зв'язку, туроператорами, рекламними агентствами тощо) для інформування постійних клієнтів про зміни в діяльності компанії. Цей вид презентації збирає тільки професіоналів у певній сфері і, звичайно, не підлягає розголосу у пресі. Це дійовий і доступний вид реклами, що підвищує імідж, зв'язки з партнерами, створює образ стабільної компанії. Найчастіше презентація проводиться в конференц-залі з подальшим фуршетом у банкетному залі. Роздається друкована інформація про новинки, звіти компанії за минулий період часу, доречними можуть бути пам'ятні подарунки. Щоб відбулася тепла дружня дискусія, має бути запрошено не більше 25 осіб.

Презентація-ексклюзив. Мета: залучення нових клієнтів. Зазвичай проводиться невеликими фірмами вузької спеціалізації, які

точно знають свою клієнтуру. Компанія запрошує незначну кількість потенційних споживачів до себе для демонстрації можливостей фірми, переваг і вигоди співпраці з нею. Як правило, проводиться випробування товарів або надаються безкоштовні послуги. Цей вид презентації доцільно провести компаніям, що пропонують на ринок товари або послуги постійного попиту. Для організацій, що займаються ремонтними роботами, консультуванням, іншими видами послуг, такий вид презентації є недоцільним. Ефективніше застосовувати інформаційну рекламу в засобах масової інформації.

Презентація-конференція. Мета: привернення уваги громадськості та фахівців до нових компаній і товарів. Проводиться за здійснення стратегії просування компанії на новий ринок або виведення нового товару на існуючий ринок (автомобілі, комп'ютерна та оргтехніка, косметика та парфумерія, товари народного споживання). Така презентація під силу тільки великим компаніям, оскільки передбачає великі витрати. Запрошуються представники різних засобів масової інформації, потенційні клієнти, постійні партнери. Аудиторія може досягати 300 осіб. Захід проводиться у великій конференц-залі з подальшим фуршетом. Презентатор, яким може бути голова компанії або відомий телевізійний ведучий, розповідає про історію створення й розвиток компанії, розроблення ідеї нового товару, його переваги та унікальні якості. У процесі презентації демонструють рекламні фільми, слайди, товари-новинки. Запрошують авторитетних осіб і одного – двох артистів для виступу й випробування представленого товару. Часто серед гостей проводять лотерею з розігруванням презентованих товарів. Іноді така презентація проходить у формі семінару з виступом фахівців. Обов'язковими є прес-релізи, буклети, проспекти, бажана дрібна сувенірна продукція.

Презентація-шоу. Мета: підвищення престижу та підтримка іміджу компанії. Такий вид презентації проводять великі компанії, що святкують ювілеї, особливі досягнення, представляючи наукомісткі високотехнологічні товари, тим самим зміцнюючи прихильність споживачів до їх компанії. Часто такі презентації намагаються долучити до традиційних або національних свят, ушановуючи

водночас і компанію, і клієнтів, чим здобувають загальне визнання й прихильність публіки.

Презентація-шоу – доволі капіталомісткий захід, оскільки передбачає багато гостей (від 500 до 1000 осіб – реальних і потенційних споживачів), велику концертну програму за участю зірок естради, театру й кіно. При цьому сценарій необхідно скласти так, щоб увага акцентувалася на "винуватцеві свята", а не на артистах. Скрізь має бути символіка фірми, транслювання та демонстрування іміджевої реклами компанії. Зазвичай під час таких акцій підбиваються підсумки річних конкурсів, розігруються призи серед найбільших партнерів організації, нагороджуються найкращі працівники компанії, керівництво фірми виступає з короткими доповідями про досягнення компанії, планами на майбутнє. Сценарій має включати поздоровлення артистів і гостей на адресу організаторів презентації, залучення присутніх до імпровізованих розіграшів і конкурсів. Основним результатом презентації-шоу має бути підвищення уваги громадськості до компанії, яка підтримується певний час засобами масової інформації. Тому величезна частина видатків (крім видатків на концертну програму і пригощання) припадає на оплату послуг мас-медіа. Певна річ, це питання вирішується за допомогою створення медіа-поля й залучення інформаційних спонсорів. Так, телебачення надає ефірний час для анонсування презентації, а за це дістає право на трансляцію відеоверсії концерту, можливість розміщення логотипу компанії TV у концертній залі та в усіх засобах масової інформації, що підтримують акцію (на радіоканалах, у пресі, зовнішній рекламі, запрошеннях).

Складові успішної презентації значною мірою залежать від професіоналізму доповідачів, оскільки техніка презентації – ***важлива комунікативна навичка, якої треба спеціально навчатись.*** Це вимагає не тільки знання мови, але й уміння правильно дібрати, обробити та подати інформацію, адаптувати її до конкретної аудиторії, ураховуючи її професійні, демографічні, соціальні, ґендерні, етнічні, релігійні й культурні особливості та можливі міжкультурні розбіжності у сприйнятті інформації.

Зміст – це інформація, яку доповідачі добирають для донесення до аудиторії. Аналізуючи зміст виступу, необхідно врахувати такі надзвичайно важливі чинники:

- *вибір теми виступу (залежно від рівня професійної компетентності);*
- *відповідність інформації потребам та інтересам більшості аудиторії;*
- *обсяг інформації;*
- *точність інформації.*

Структура презентації – це організація дібраної інформації в єдиний, логічно пов'язаний текст. Уміло структурована презентація характеризується виразними початком, серединою та завершенням, а також чітко окресленим переходом до кожної наступної частини виступу.

Спосіб подачі (манера виступу) – це індивідуальні прийоми, що використовують виступаючі для досягнення запланованого впливу на відповідну аудиторію. Вирішальними факторами успіху тут є *вербальні й невербальні засоби вираження думки, а отже, і впливу на слухача.*

Вербальні засоби (мовні) презентації передбачають передусім дотримання норм, прийнятих у культурі мови, якою здійснюється презентація. З культурою мови пов'язують уміння правильно говорити та писати, добирати мовно-виражальних засобів згідно з метою та обставинами спілкування. Мовні норми (нагадуємо) – це сукупність загальновизнаних мовних засобів, що вважаються правильними та зразковими певного часу.

Норми бувають:

- *лексичні* (розрізнення семантичних значень слів, закономірності лексичної сполучуваності);
- *граматичні* (вибір правильної морфологічної й синтаксичної форми);
- *стилістичні* (доцільність використання мовних засобів у конкретному лексичному оточенні, у відповідній ситуації спілкування);
- *орфоепічні* (сукупність правил літературної вимови) та інші.

До культури мови належить також загальноприйнятий мовний етикет, тобто система стійких мовних формул спілкування, притаманних конкретній мові:

- *звертання* (пані; пане; панно; добродію; добродійко; друже; приятелю);

- *вітання* (Доброго ранку! Добрий день! Доброго дня! Добрий вечір! Добривечір! Здрастуйте!);

- *побажання* (будьте щасливі; щасливої дороги; успіхів тобі (Вам); зичу радості (успіхів, гараздів);

- *прощання* (Прощайте! Прощавайте! До зустрічі! До побачення! Щасливо! Дозвольте попрощатися!);

- *подяки* (Спасибі! Дякую! Прийміть мою найсердечнішу подяку!);

прохання (будь ласка; будьте ласкаві; будьте люб'язні; прошу Вас; чи можу я попросити Вас; чи можу я звернутися до Вас із проханням; не відмовте, будь ласка);

- *згоди, підтвердження* (згоден; я не заперечую; домовилися; Ви маєте рацію; це справді так; ми в цьому впевнені; з приємністю (із задоволенням);

- *заперечення, відмови* (ні, це не так; нас це не влаштовує; це не точно; Ви помиляєтеся; дякую, я не можу; про це не може бути й мови) тощо.

Успіх презентації залежить від того, наскільки правильно та адекватно виступаючі вживають лексико-граматичні й синтаксичні одиниці, стилістичні засоби, а також форми мовного етикету, властиві усному діловому мовленню. Конкретні рекомендації щодо мови презентації можна сформулювати як набір наступних правил:

1. Дотримуйтесь норм усного мовлення, не переобтяжуючи свій виступ складними граматичними та синтаксичними конструкціями, характерними для писемного спілкування;

2. Уживайте прості короткі речення, уникаючи складнопідрядних, особливо з декількома підрядними. Довгі складні речення переключають увагу аудиторії на форму висловлення, заважаючи розумінню його змісту;

3. Віддавайте перевагу активним дієслівним формам та особовим реченням, частіше вживайте особові займенники першої особи однини та множини;

4. Активно вживайте логічні та хронологічні маркери тексту, які допомагають аудиторії слідкувати за його логіко-семантичною структурою й смисловою схемою та сприяють концентрації уваги;

5. Зважайте на те, що виступають промовці переважно перед аудиторією, яка складається з представників різних культур. Тому вживайте нормативну та нейтрально забарвлену лексику, уникаючи кліше, жаргону, сленгу та ідіом, за винятком тих випадків, коли ви абсолютно певні, що більшість аудиторії їх зрозуміє;

6. Уживайте конкретну, а не абстрактну лексику, не зловживайте вузькогалузевими термінами та професіоналізмами, оскільки аудиторія, як правило, складається з фахівців, які працюють у різних галузях виробничої, наукової сфер;

7. Уникайте абревіатур, якщо ви не впевнені, що вони зрозумілі більшості присутнім в аудиторії;

8. Періодично користуйтеся таким стилістичним прийомом, як повтор, який є ефективним засобом ритмічного оформлення висловлення;

9. Періодично звертайтеся до аудиторії з риторичними запитаннями, а також частіше вживайте особові займенники *ви, ми, нас*. Це допомагає утримати увагу аудиторії та створює атмосферу особистого залучення кожного з присутніх до питань, що розглядаються.

10. Будьте обережні, включаючи анекдоти, цитати, а також наводячи конкретні приклади для ілюстрації фактів або думок, тому що міжкультурні розбіжності, які неминуче присутні у міжнародній аудиторії, можуть призвести до непорозумінь у сприйманні такої інформації і навіть до конфліктних ситуацій;

11. Не слід зловживати образними засобами мови – метафорами, порівняннями, прислів’ями, приказками тощо.

Складовими ***невербальної (позамовної)*** комунікації є візуальний контакт, жести, експресія обличчя, міміка та пантоміміка, рухи тіла,

загальний зовнішній вигляд, а також вимова, інтонація та модуляція голосу, темп мовлення, паузи.

Спеціально розглянемо комплекс ***акустичних засобів*** – голос, інтонацію та вимову, які мають безпосереднє відношення до характеристик мовлення.

Характеристики голосу. Модуляція. Модуляцією називають зміну тональності, сили, ритму, звучності голосу.

Під ***інтонацією*** розуміють сукупність фонетичних засобів, які служать для вираження синтаксичних значень і емоційно-експресивного забарвлення. Головними компонентами інтонації є мелодика, фразовий наголос, паузи, ритм, тембр і темп.

Мелодика – підвищення та зниження основного тону голосу, що служить засобом оформлення думок і почуттів, тобто вона виконує *комунікативну* та *емоційну* функції.

Комунікативна функція мелодики виявляється в тому, що вона служить засобом розрізнення й опізнавання різноманітних синтаксичних структур (речень за метою висловлювання, вставних конструкцій, відокремлених членів речення тощо).

Емоційна функція мелодики виявляється в тому, що вона передає стан мовця (схвильований, спокійний, веселий), а також ставлення мовця до повідомлюваного.

В україністиці основними типами мелодики вважаються три:

- *завершеності* (у розповідних реченнях мелодика знижується наприкінці речення);
- *незавершеності* (протягом усього речення, і особливо в кінці, тримається на майже однаковому рівні);
- *питальної* (наприкінці речення мелодика різко піднімається вгору й досягає найвищого рівня).

Фразовий наголос – наголошення неоднакової сили, яке дістають слова та мовні відрізки в межах фрази.

Пауза – більш або менш тривала зупинка в мовному потоці. Найбільші паузи виступають у кінці речень (//), менші (/) – у кінці частин складного речення, а також у середині речення між відрізками фрази. Паузи не завжди збігаються з розділовими знаками.

Ритм мовлення – визначається чергуванням наголошених і ненаголошених, довгих і коротких складів.

Тембр мовлення – звукові модуляції, які надають мовленню тих чи інших емоційно-експресивних відтінків (тембр "лагідний", "веселий", "загрозливий" тощо).

Темп мовлення – швидкість або повільність протікання мовлення в часі і тривалість пауз між мовними відрізками.

Вимова заслуговує на окрему увагу. Нечітка вимова заважає сприйняттю інформації. Як ми вже наголошували, орфоепічні мовні норми регулюють літературну вимову, під якою розуміють нормалізовану вимову освічених людей без діалектних або індивідуальних рис.

Наочні засоби. Ефективність наочних засобів залежить від того, наскільки вдало вони підтримують і підсилюють те, що говорять виступаючі. Головне – пам'ятати, що наочні засоби мають полегшувати сприйняття інформації та робити її більш привабливою. Надмірне захоплення наочністю може посунути особистість доповідача на другий план. Перенасичення наочних засобів технічною інформацією, статистичними даними та фактами, зазвичай, утомлює аудиторію. При цьому втрачається інтерес до змісту презентації, внаслідок чого порушується контакт виступаючих з аудиторією. Але ж саме цей контакт і є головною передумовою успіху виступу. Таким чином, урахування всіх складових презентації, уміння володіти голосом, дотримуватися норм літературної вимови забезпечують успішність презентації.

Отже, під час планування презентації найголовнішим є правильне визначення *мети проведення.*

Виходячи з цього необхідно:

- *визначити цільову аудиторію, її сегментний склад і кількість*;

- *узгодити бажаний результат і масштаби заходу з фінансовими можливостями фірми*;

- *вибрати ідеологію спілкування з цільовою аудиторією, оптимальний набір заходів і методів проведення презентації.*

Промовці, які вміють регулювати і слушно змінювати діапазон, висоту голосу, темп мовлення й інтонаційні моделі, уникаючи

одноманітності звучання, сприймаються аудиторією як найкращі знавці своєї справи. Для того, щоб уникнути однотонності звучання, промовець має добирати образний і влучний мовний матеріал, шукати свої прийоми поєднання слів і виразів, часом епатажні, вигадані звороти, в результаті чого мовлення його набуватиме оригінальних ознак. Неабияке значення в подоланні одноманітності звучання мають навички володіння модуляцією власного голосу.

Отже, лише поєднання високого професіоналізму і шанобливого ставлення до аудиторії є неодмінною запорукою успішної комунікації.

Список використаних джерел

1. Лавренюк В.В. Розвиток фахового мовлення студентів на заняттях з української мови за професійним спрямуванням // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г. Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 449-455 ;
2. Лавренюк В.В., Вакарчук В.О. Оратор і аудиторія: контакт, вплив, взаємодія // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г. Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 455-461;
3. Лавренюк В.В. Точність терміновживання в офіційно-діловому та науковому стилях мовлення //Актуальні проблеми державного управління // Збірка наукових праць. – Одеса: ОРІДУ НАДУ при Президентові України, 2016 р. – С. 111-118;
4. Лавренюк В.В. Деякі аспекти розвитку української термінології // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття. Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса: Сімекс-Принт, 2016р. – С. 274-282;
5. Лавренюк В.В., Спрінсян В.Г. Навчальний посібник з дисципліни "Українська мова за професійним спрямуванням" / Для студентів

усіх спеціальностей ОНПУ денної форми навчання. Рівень підготовки - бакалавр. Галузь знань – 0201 “Культура”. Напрям підготовки – 6.020105 “Документознавство та інформаційна діяльність”. / Укл.: В.В. Лавренюк, В.Г. Спрінсян – Одеса: ОНПУ, 2017. - 38 с.;

6. Миронова Т.В. Язык жестов. Как добиться успеха в жизни. – М.: ЗАО Центрполитграф, 2006. – 223 с.;
7. Мисик В. Застосування мультимедійних презентацій на уроках української мови // Методичні студії: Збірник наук.-мет. праць. Вип. 1 / Укл.: Анатолій Загнітко (відпов. ред.). та ін. – Донецьк: ДонНУ, 2009. – 370 с.;
8. Нісімчук А.С., Падалко О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник / А.С. Нісімчук, О.С. Падалко, О.Т. Шпак. – К.: Видавничий центр “Просвіта”, “Книга пам'яті України”. – 2000. – 368 с.;
9. Словарь иностранных слов. Издание 14-е, исправленное. – М.: Русский язык, 1987. – С. 396;
10. Туркот Т.І. Педагогіка вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.І. Туркот. – К.: Кондор, 2011. – 628 с. ;
11. Українська мова за професійним спрямуванням: Практикум: навч.посіб. / Т.В. Симоненко, Г.В. Чорновол, Н.П. Руденко. К.: ВЦ "Академія", 2009. – 272 с.;
12. Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. – 2-ге вид., виправ. і доповнен. – К.: алерта, 2011. – 696 с.;
13. Якубовська М.Г. Семіотика, жанри і функції рекламної комунікації // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття : зб. матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 8-10 вересня 2011 року) / [під заг. ред. В.Г.Спрінсяна]. – Одеса : Симэкс-Принт, 2011. – С. 151-154 (0,2 д.а.);
14. 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. (0,6 д.а.);

15. 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. (0,6 д.а.)
16. Якубовська М.Г. Конспект лекцій по курсу «Культура мови та ораторське мистецтво» для студентів за фахом 020101 – «Документознавство та інформаційна діяльність». – Одеса: ОНПУ, 2011. – 268 с. (12,8 д.а.) (електронна версія KL04231 від 13.12.2011);
17. Якубовська М.Г. Методичні вказівки до самостійної роботи студента з курсу "Культура мови та ораторське мистецтво" для студентів за фахом 020101 – "Документознавство та інформаційна діяльність". – Одеса: ОНПУ, 2012. – 78 с. (3,7 д.а.) (Електронна версія);
18. Ястребов Л.Й., Создание мультимедийных презентаций в программе Microsoft Power Point, Вопросы Интернет-образования. – № 41. – Режим доступа: http://vio.fio.ru/vio_41/cd_site/Articles/glava- 00/02.htm.

УДК-81.8

Віолетта Лавренюк, Роман Калюпін
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Анотація. *У статті розглядаються важливі питання перекладу наукових текстів як одного з найважливіших шляхів взаємодії національних культур, дієвого способу міжкультурної комунікації, аналізуються типові мовні помилки і шляхи їх подолання*

Ключові слова. *Переклади: послідовний, синхронний, буквальний, адекватний, реферативний, анотаційний, автоматизований (комп'ютерний).*

Abstract. *The article deals with the important questions of the translation of scientific texts as one of the most important ways of interaction of national cultures, an effective way of intercultural communication, analyzes typical language errors and ways of overcoming them.*

Keywords. *Translations: sequential, synchronous, literal, adequate, abstract, annotation, automated (computer).*

Аннотация. *В статье рассматриваются важные вопросы перевода научных текстов как одного из важнейших путей взаимодействия национальных культур, действенного способа межкультурной коммуникации, анализируются типичные речевые ошибки и пути их преодоления.*

Ключевые слова. *Переводы последовательный, синхронный, буквальный, адекватный, реферативный, аннотационный, автоматизированный (компьютерный).*

У наш час питанням технічної літератури набуває дуже важливе значення, тому що переклад – один із найважливіших шляхів взаємодії національних культур, дієвий спосіб міжкультурної комунікації. Мета будь-якого перекладу – донести зміст до читача, який не володіє мовою оригіналу, і ближче ознайомити його з відповідним текстом. Перекласти - означає точно й повно висловити засобами однієї мови

те, що вже зафіксовано засобами іншої мови у нерозривній єдності змісту та форми. Розвиток науки у наш час неможливий без обміну спеціальною інформацією, що з'являється в різних країнах у наукових періодичних виданнях, спеціальних бюлетенях, монографіях тощо. Переклад – процес відтворення письмового тексту чи усного вислову засобами іншої мови. Процес перекладання – це цілеспрямований процес, який охоплює такі етапи:

1) зорове чи слухове сприймання інформації чужою мовою, усвідомлення її змісту;
2) аналіз інформації мовою оригіналу і синтез рідною мовою;
3) відтворення змісту рідною мовою.

Оскільки переклад – це передавання змісту того, що було висловлено, то перекладаються не слова, граматичні конструкції чи інші засоби мови оригіналу, а думки, зміст оригіналу. Згідно з теорією перекладу немає неперекладних матеріалів, є складні для перекладу тексти. Труднощі під час перекладання пов'язані з недостатнім знанням мови оригіналу, мови, якою перекладають, або з відсутністю в цій мові готових відповідників.

За формою переклад поділяють на усний і письмовий. Усний переклад використовують для обміну інформацією під час особистого контакту фахівців у процесі укладання контрактів, на виставках, міжнародних науково- технічних конференціях, симпозіумах, на лекціях, під час доповідей тощо. На відміну від письмового перекладу усний роблять негайно, не маючи можливості послуговуватися довідковою літературою.

Усний переклад може бути ***послідовним*** або ***синхронним.***

Послідовний переклад – це усний переклад повідомлення з однієї мови іншою після його прослуховування. Важливо, щоб переклад здійснювався у паузах після логічно завершених частин, щоб був зрозумілий контекст.

Синхронний переклад робить перекладач-професіонал одночасно з отриманням усного повідомлення.

За способом перекладу розрізняють ***буквальний*** і ***адекватний*** переклад.

Буквальний переклад називають також дослівним, у такому перекладі можуть зберігатися порядок слів та граматичні конструкції, не властиві мові, якою перекладають, наприклад:

- *Ваш проект самий интересный. – Ваш проект самий цікавий (треба – найцікавіший).*

- *Я считаю, что Вы правы. – Я рахую, що Ви праві (треба – Я вважаю, що Ви маєте рацію).*

Адекватний переклад точно передає зміст оригіналу, його стиль, і відповідає всім нормам літературної мови, наприклад:

- *Клиент проживает по адресу... – Клієнт мешкає за адресою;*

- *Предоставленные бумаги к делу не относятся – Подані папери не стосуються справи.*

За змістом виділяють такі основні різновиди перекладу:

– *суспільно – політичний,* який передбачає усне чи письмове відтворення засобами іншої мови суспільно-політичних матеріалів;

– *художній*, тобто переклад творів художньої літератури (поезія, проза, драма).

– *науково-технічний (технічний)* – переклад, який використовують для обміну науково-технічною інформацією між людьми, котрі спілкуються різними мовами.

Повний переклад наукового тексту здійснюють за такими етапами:

- читання всього тексту з метою усвідомлення змісту;
- поділ тексту на завершені за змістом частини, їх переклад;
- стилістичне редагування повного тексту.

Реферативний переклад – письмовий переклад заздалегідь дібраних частин оригіналу, що утворюють зв'язний текст. Реферативний переклад у 5-10 і більше разів коротший за оригінал.

Анотаційний переклад – це стисла характеристика оригіналу, що є переліком основних питань, іноді містить критичну оцінку. Обсяг анотації не може перевищувати 500 друкованих знаків.

Автоматизований (комп'ютерний) переклад. Під час перекладання комп'ютер працює на різних мовних рівнях: розпізнає графічні образи, робить морфологічний аналіз, перекладає слова і словосполучення, аналізує синтаксис тексту (словосполучення і

речення), проводить семантичні (смислові) перетворення, що забезпечує змістову відповідність уведеного й отриманого речення або тексту.

Окремої уваги потребує розгляд типових мовних помилок. Під час перекладу українською мовою наукових текстів неправильно добирають українських еквівалентів загальновживаних лексем російської мови, перекладають дослівно усталені словосполуки, а постійне тиражування одних і тих помилок у наукових текстах зумовлює "розхитування" мовної норми. Для наукового стилю характерна наявність слів, які позначають процесуальні поняття. В цьому зв'язку треба розрізняти назви дій (процесів) і назви наслідків дії (процесу). В українській мові на позначення дій (процесів) зазвичай бажано вживати віддієслівні іменники, утворені від дієслів недоконаного виду за допомоги ***-ення, ання, - іння, -иття, -іття, -уття:***

- *розробляти – розроблення,*
- *змінювати – змінювання.*

У наукових текстах переклад дієслів залежить від контексту:

- *иногда встречаются ошибки – інколи трапляються помилки;*
- *оказать влияние – вплинути;*
- *следовать примеру – брати за приклад;*
- *следует отметить – слід зауважити;*
- *из теоремы следует – з теореми випливає;*
- *сделать возможним – уможливити.*

Виникають труднощі й під час перекладу конструкцій з активно вживаним дієсловом "*являтися"*, яке в українській мові має значення "*приходити"* і вживається в художньому стилі, переважно в поетичних творах (згадаймо І. Франка: "Чому являєшся мені у сні?").

У науковому стилі використовуються форми "*виявляється"*, "*є"*. Порівняймо:

- *Основным компонентом ... является знаковая система ... / Основним компонентом ... є знакова система.*

Значні проблеми під час перекладу текстів наукового стилю спричиняє дієприкметник, який активно уживаний у текстах наукового стилю російської мови. У нашій мові активні дієприкметники

теперішнього часу, які утворюються від дієслів І і ІІ дієвідміни обмежені у творенні й використанні. У сучасній українській мові функціонують тільки ті дієприкметники, які втратили дієслівні ознаки й перейшли до класу прикметників. При цьому слід пам'ятати, що активні дієприкметники теперішнього часу відтворюються прикметниками:

- *разрушающий – руйнівний;*
- *металлорежущий – металорізальний;*
- *нержавеющий – нержавний.*

Натомість поширені у сучасній українській мові віддієслівні прикметники на -*льний:*

- *знижувальний;*
- *ослаблювальний.*

Російські пасивні дієприкметники на -*мый* здебільшого заступаються дієприкметниками на -*ний:*

- *управляемый – керований,*
- *производимый – вироблюваний;*
- *познаваемый – пізнаваний* тощо.

Окремо зазначимо особливості перекладу російських конструкцій із дієприкметником *следующий*. Дієприкметник *слідуючий* неможливий в українській мові навіть теоретично, оскільки немає дієслів, від яких він міг би утворитися. Отже, перекладається словом *наступний, такий.* Порівняймо:

- *Следующий вариант стандарта используют в качестве среды передачи / Наступний варіант стандарту використовують як середовище передавання.*

Переклад речень, у яких уживаються дієприкметникові звороти, здійснюється так: якщо дієприкметниковий зворот утворено за допомогою активних дієприкметників теперішнього часу, він перекладається складнопідрядним реченням, порівняймо:

- *Примером может служить двигатель, питающийся от преобразователя и приводящий в движение механизм / Прикладом може слугувати двигун, який (що, котрий) живиться від перетворювача й надає руху механізму.*

У наукових текстах часто вживаються так звані кліше, які структурують текст. Вони мають перекладатися як одне ціле:

- *другими словами – інакше кажучи;*
- *прежде всего – насамперед;*
- *с другой стороны – з іншого боку;*
- *в настоящее время – сьогодні, нині, тепер;*
- *в основном – здебільшого;*
- *в то же время – водночас;*
- *в частности – зокрема;*
- *ни в коем случае – у жодному разі;*
- *по крайней мере – принаймні* та ін.

Під час перекладу прийменникових конструкцій слід звертати увагу на їх значення: російським конструкціям з прийменником *по* в українській мові відповідають конструкції з прийменниками:

а) ***по*** (якщо вказується на простір, поверхню, межі):

- *В практике горного дела принято ориентировать линии падения и простирания пласта по сторонам света / У практиці гірничої справи прийнято орієнтувати лінії падіння і простягання пласта по сторонах світу;*

б) ***орудним відмінком без прийменника*** (якщо вказується напрям, - мок):

по компенсационному каналу поступает сигнал /компенсаційним каналом надходить сигнал;

в) ***за, на, з*** (у значенні згідно з чимось):

по принципу построения / за принципом побудови; по запросу клиента / на запит клієнта;

по интересующим их вопросам / з питань, що їх цікавлять; по другому адресу / на іншу адресу;

г) ***за, з, із, через*** (у значенні причини, наслідку, деякі інші випадки):

по недоразумению / через непорозуміння;

неоднородны по составу / не однорідні за складом.

Прийменник *при* – це уживаний і універсальний прийменник російської мови, натомість в українській має набагато вужчу сферу використання, тому, перекладаючи відповідні прийменникові

конструкції, треба бути дуже уважним, бо калькування російськомовних висловів не тільки позбавляє текст виразності, якої можна досягти вживанням суто українських мовних засобів, а й може змінити зміст цього тексту. Український прийменник ***при*** має лише такі значення:

- *розташування* (просторової близькості), хоча в багатьох випадках краще вживати й інші прийменники (біля, поряд, коло тощо);

- *підпорядкованості* або *належності, існування, функціонування чогось, обставин, що їх характеризує наявність чогось поряд (при кафедрі).*

Прийменник ***при*** не вживають у значенні ***під час*** (рос. во время) наприклад,

рос. *при испытании*, *при изменении*, *при измерении* тощо. У таких випадках російський прийменник *при* слід перекладати за допомогою *за, під час, коли, для, в(у) процесі*.

Наведений перелік не вичерпує всіх сталих словосполучень, які потребують уваги перекладача. Слід підкреслити, що в піднесенні культури мови надзвичайно велику роль відіграють словники різних типів і призначення, насамперед це словники, у яких подано розгорнуту семантичну, стилістичну й граматичну характеристики вміщеної лексики та фразеології, наведено численні приклади (ілюстрації) слововживання й словосполучуваності тощо. Перекладні або двомовні словники (передусім іншомовноукраїнські), крім іншого, цінні тим, що вони суттєво допомагають під час добору синонімів, фразеології чи усталених словосполучень рідної мови. **[2;13]**

Окремої уваги потребують складні випадки керування, оскільки синтаксичні норми часто пов'язані зі способом підрядного зв'язку слів у словосполученні - керуваннням.

Керування - синтаксичний зв'язок слів, при якому залежне слово має той відмінок, якого вимагає головне слово. Моделі поєднання слів таким підрядним зв'язком відображають специфіку мови, закономірності сполучуваності слів.

Керування може бути пряме (безприйменникове) - *одержати рекламації, обирати депутата* і опосередковане (прийменникове),

тобто залежне слово приєднується до головного за допомогою прийменника - *одержати від заводу, чекати на подругу.*

Воно також буває *сильне* і *слабке.* При сильному керуванні - наявність залежного слова зумовлюється семантикою керуючого слова *(читати книжку, виконати доручення, скаржитися на втому),* при слабкому - постає між словами, між якими зв'язок, хоч і можливий, але зовсім не обов'язковий *(подарунок від брата, подарунок для брата)*.

Типові порушення в побудові словосполучень, пов'язаних зв'язком керування, є результатом низького мовно-культурного рівня, недостатнього знання української мови. Недостатньо чітке формулювання, з одного боку, збільшує обсяг тексту, а з другого – викривлює зміст написаного. Розглянемо конкретні мовні ситуації. Особливо часто помилки виникають унаслідок того, що з дієсловами, які вимагають неоднакових відмінків, уживається спільний додаток, наприклад:

"*У доповіді було також відзначено, що ми повинні прагнути до вдосконалення і повного оволодіння методами"*. Порівняймо: *оволодіти – методами*, але *вдосконалення методів,* тому спільний додаток тут неможливий.

Близькозначні слова можуть вимагати після себе не однакових відмінків. При недостатньому знанні мови одне слово підміняється іншим, а спосіб керування залишається – так з'являється помилка. Ось кілька близькозначних слів, які найчастіше спричиняють появу помилок:

- *властивий (кому) – характерний (для кого);*
- *сповнений (чого) – наповнений (чим);*
- *оснований (на чому) – заснований (ким);*
- *дорівнювати (чому) – рівнятися (на що).*

Помилки виникають і за нерозмежування засобів української й російської мов: те саме за значенням дієслово може вимагати від додатків неоднакових відмінкових форм в обох мовах, порівняймо:

- *благодарить (кого) – дякувати (кому);*
- *причинять (что) – завдавати (чого).*

Причиною порушення синтаксичних норм може бути ситуація, коли біля дієслів, які вимагають неоднакових відмінків, уживається спільний додаток, напр.:

- *я люблю (що?) і захоплююся (чим?) футболом;*
- *ми маємо прагнути до вдосконалення (чого?) і повного опанування (чим?) методами.*

Оцінці підлягають і якості людей, важливі для самого процесу організації і управління, які *сприяють* (чому?) чи *ускладнюють* (що?) *здійснення процесу*, *впливають* (на що?) і *спрямовують* (що?) *його*. Про цей тип помилки було згадано тоді, коли йшлося про вимоги до побудови однорідних членів речення.

Отже, підбиваючи підсумки вищевикладеного, слід зауважити і підкреслити, що лише дотримання синтаксичних норм керування сприяє чіткості формулювання, точності викладу, а тому - зрозумілості, дохідливості ділового чи наукового стилю мовлення. Окремо слід підкреслити, що в розвикові культури мови надзвичайно велику роль відіграють словники різних типів. І перш за все - це словники, в яких представлено розгорнуту семантичну, стилістичну та граматичну характеристики вміщеної лексики і фразеології, наведено численні приклади (ілюстрації) слововживання і словосполучення тощо.

Список використаних джерел

1. Лавренюк В.В. Розвиток фахового мовлення студентів на заняттях з української мови за професійним спрямуванням // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г. Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 449-455 ;

2. Лавренюк В.В., Вакарчук В.О. Оратор і аудиторія: контакт, вплив, взаємодія // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г.

Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 455-461;

3. Лавренюк В.В. Точність терміновживання в офіційно-діловому та науковому стилях мовлення //Актуальні проблеми державного управління // Збірка наукових праць. – Одеса: ОРІДУ НАДУ при Президентові України, 2016 р. – С. 111-118;

4. Лавренюк В.В. Деякі аспекти розвитку української термінології // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття. Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса: Сімекс-Принт, 2016р. – С. 274-282;

5. Лавренюк В.В., Спрінсян В.Г. Навчальний посібник з дисципліни "Українська мова за професійним спрямуванням" / Для студентів усіх спеціальностей ОНПУ денної форми навчання. Рівень підготовки - бакалавр. Галузь знань – 0201 “Культура”. Напрям підготовки – 6.020105 “Документознавство та інформаційна діяльність”. / Укл.: В.В. Лавренюк, В.Г. Спрінсян – Одеса: ОНПУ, 2017. - 38 с.;

6. Миронова Т.В. Язык жестов. Как добиться успеха в жизни. – М.: ЗАО Центрполитграф, 2006. – 223 с.;

7. Мисик В. Застосування мультимедійних презентацій на уроках української мови // Методичні студії: Збірник наук.-мет. праць. Вип. 1 / Укл.: Анатолій Загнітко (відпов. ред.). та ін. – Донецьк: ДонНУ, 2009. – 370 с.;

8. Нісімчук А.С., Падалко О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник / А.С. Нісімчук, О.С. Падалко, О.Т. Шпак. – К.: Видавничий центр “Просвіта”, “Книга пам'яті України”. – 2000. – 368 с.;

9. Словарь иностранных слов. Издание 14-е, исправленное. – М.: Русский язык, 1987. – С. 396;

10.Туркот Т.І. Педагогіка вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.І. Туркот. – К.: Кондор, 2011. – 628 с. ;

11. Українська мова за професійним спрямуванням: Практикум: навч.посіб. / Т.В. Симоненко, Г.В. Чорновол, Н.П. Руденко. К.: ВЦ "Академія", 2009. – 272 с.;

12. Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. – 2-ге вид., виправ. і доповнен. – К.: алерта, 2011. – 696 с.;

13. Якубовська М.Г. Семіотика, жанри і функції рекламної комунікації // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття : зб. матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 8-10 вересня 2011 року) / [під заг. ред. В.Г.Спрінсяна]. – Одеса : Симэкс-Принт, 2011. – С. 151-154 (0,2 д.а.);

14. 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. (0,6 д.а.);

15. 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. (0,6 д.а.)

16. Якубовська М.Г. Конспект лекцій по курсу «Культура мови та ораторське мистецтво» для студентів за фахом 020101 – «Документознавство та інформаційна діяльність». – Одеса: ОНПУ, 2011. – 268 с. (12,8 д.а.) (електронна версія KL04231 від 13.12.2011);

17. Якубовська М.Г. Методичні вказівки до самостійної роботи студента з курсу "Культура мови та ораторське мистецтво" для студентів за фахом 020101 – "Документознавство та інформаційна діяльність". – Одеса: ОНПУ, 2012. – 78 с. (3,7 д.а.) (Електронна версія);

18. Ястребов Л.Й., Создание мультимедийных презентаций в программе Microsoft Power Point, Вопросы Интернет-образования. – № 41. – Режим доступа: http://vio.fio.ru/vio_41/cd_site/Articles/glava-00/02.htm.

УДК-81.8

Віолетта Лавренюк, Владислав Колесников
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ПОМИЛКИ У ЗМІСТІ І БУДОВІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ

Анотація. *У статті аналізуються типові мовні помилки (Неточності, надмірність, недоречність, неправильне емоційне забарвлення і т. ін.), яких припускаються фахівці під час публічних промов, укладання документів тощо, а також розглядаються шляхи подолання означених проблем.*

Ключові слова: *синоніми, пароніми, омоніми, професіоналізми, жаргонізми, канцеляризми, кліше, штампи, архаїзми, неологізми.*

Abstract. *The article analyzes typical language mistakes (Inaccuracies, excesses, inappropriateness, improper emotional coloration, etc.) that experts assume during public speeches, document making, etc., and also ways to overcome these problems.*

Key words*: synonyms, paronyms, homonyms, professionalism, jargon, clerical, cliché, stamps, archaisms, neologisms.*

Аннотация. *В статье анализируются типичные речевые ошибки (неточности, избыточность, неуместность, неправильное эмоциональную окраску и т. д.), Которые допускают специалисты во время публичных выступлений, укладка документов и т.п., а также рассматриваются пути решения указанных проблем.*

Ключевые слова: *синонимы, паронимы, омонимы, профессионализмы, жаргонизмы, канцеляризмы, клише, штампы, архаизмы, неологизмы.*

Слово – найважливіша одиниця мови, найрізноманітніша і найобсяжніша. Саме слово відображає всі зміни, що відбуваються в житті суспільства. Воно не лише називає предмет або явище, а й виконує емоційно-експресивну функцію. І, добираючи слів, ми маємо звертати увагу на їх значення, стилістичне забарвлення, сполучуваність з іншими словами, оскільки порушення хоч одного з цих критеріїв може призвести до мовної помилки.

Помилки роблять всі люди, як у письмовому, так і в усному мовленні. Більш за те, поняття культури мовлення, як уявлення про "мовний ідеал", нерозривно пов'язане з поняттям мовної помилки. По суті це – складові одного процесу, а, значить, прагнучи досконалості, ми повинні вміти розпізнавати мовні помилки і викорінювати їх, адже саме нерозуміння значення слова, ***вживання його в невластивому йому значенні*** призводить до найбільших порушень мовної норми. Приклад: *Вогнище все більше і більше розпалювалося, палало.* Помилка полягає в неправильному виборі слова: *розпалюватися – 1) нагріти до дуже високої температури, розжаритися;*
2) (перен.) прийти в сильне збудження, стати охопленим будь-яким сильним почуттям. Розгорятися (розгоратися) - починати сильно або добре, рівно горіти.

Частими причинами помилок є і ***вживання займенників та службових слів без урахування їх семантики.*** Приклад:

- *Завдяки пожежі, що спалахнула від багаття, згоріла велика ділянка лісу.* В сучасній українській мові прийменник *завдяки* зберігає смисловий зв'язок із дієсловом *дякувати* і вживається зазвичай лише в тих випадках, коли йдеться про причини, що викликають бажаний результат: *завдяки чиїсь допомозі, підтримці.* Помилка виникає у зв'язку зі смисловим відволіканням приводу від початкового дієслова *дякувати*. В цьому реченні прийменник *завдяки* слід замінити на один з наступних: *через, у результаті, внаслідок*.

Порушує мовну норму і вибір слів-понять, що вживаються у різних контекстах і з різними значеннями. Тобто йдеться про вживання ***конкретної та абстрактної*** лексики. Приклад:

- *Пропонуємо повне лікування алкоголіків і інших захворювань*. Якщо йдеться про захворювання, то слово *алкоголіки* варто було б замінити на *алкоголізм*. *Алкоголік- той, хто страждає на алкоголізм. Алкоголізм - хвороблива пристрасть до вживання спиртних напоїв.*

Особливої обережності й точності потребує вживання в мовленні ***слів-паронімів.*** Приклад:

- *Посольство Японії в Україні засвічує (замість засвідчує) свою повагу і має честь повідомити про Програму надання грантів... Посольство також висловлює прохання уважно познайомитись*

(замість - ознайомитись) з умовами і донести інформацію усім зацікавленим;

- *Класична "економічна людина" найчастіше являється нам (замість - ми уявляємо класичну "економічну людину") в образі підприємця, що максимізує прибуток.*

Значним забрудненням мови є також і неточне вживання ***синонімів та омонімів.***

Синоніми збагачують мову, роблять її образною. У синонімів може бути різне функціонально-стилістичне забарвлення. Так, слова *помилка, прорахунок, помилка, похибка* - стилістично нейтральні, загальновживані; *хиба, накладка* - просторічні; *оплошність* - розмовне; *ляп* - професійно- жаргонне. Вживання одного з синонімів без урахування його стилістичного забарвлення може привести до мовної помилку. Приклад: - *Зробивши оплошність, директор заводу відразу ж став її виправляти*. При використанні синонімів часто не враховується здатність кожного з них більшою чи меншою мірою вибірково поєднуватися з іншими словами. Будучи різними за відтінками лексичного значення, синоніми можуть висловлювати різний ступінь прояву ознаки, дії. Але, навіть позначаючи одне і те саме, взаємозамінні в одних випадках, в інших синоніми замінюватися не можуть, оскільки це веде до мовної помилки. Приклад:

- *Вчора мені було сумно.* Синонім *сумно* цілком пасує до цього речення. Але не можна вживати в реченні *сумно я дивлюся на наше покоління.* Тут слово *сумно* має бути замінене на *з великим сумом* (чи *з жалем*) *я дивлюсь на наше покоління* або *сумно дивитися на наше покоління.*

Завдяки контексту ***омоніми***, зазвичай, розуміють правильно. Але все ж у певних мовних ситуаціях омоніми не можуть бути зрозумілі однозначно. Приклад: *екіпаж знаходиться у гарному стані.* Екіпаж - це візок чи команда? Саме слово *екіпаж* ужито правильно. Але для розкриття змісту цього слова необхідно розширити контекст.

Дуже часто до двозначності призводить вживання в мовленні (особливо усному) ***омофонів*** (однакових за звучанням, але по-різному пишуться) та ***омоформів*** (слів, що збігаються за звучанням і написанням в окремих формах). Так що, добираючи слів для будь-якої

фрази, ми обов'язково маємо звертати увагу і на контекст, який у деяких мовних ситуаціях допомагає розкривати зміст слів.

Частими помилками в наукових текстах є також і ***неправильна лексична сполучуваність,*** оскільки, як відомо, під час вибору слова слід враховувати не лише його значення в літературній мові, а й так само контекст. Далеко не всі слова можуть поєднуватися одне з одним. Межі лексичної сполучуваності визначаються семантикою слів, їх стилістичною приналежністю, емоційним забарвленням, граматичними властивостями тощо. Приклад:

- *Хороший керівник повинен у всьому показувати зразок своїм підлеглим*. *Показувати* можна *приклад,* але не *зразок.* А *зразком* можна бути, наприклад, для *наслідування;* Приклад:

- *Їх сильна, загартована в життєвих випробуваннях дружба, багатьма була помічена.* Слово *дружба* поєднується з прикметником *міцна* - *міцна дружба*.

Відрізняти від мовної помилки слід умисне об'єднання, здавалося б, непоєднуваних між собою слів: *живий труп, звичайне диво ...* У цьому випадку перед нами один з видів тропів - ***оксюморон***. У складних випадках, коли важко визначити, чи можна вжити разом ті чи інші слова, необхідно користуватися словником сполучуваності.

Великої точності потребує також уживання ***багатозначних слів***. Включаючи в свою промову багатозначні слова, ми маємо дуже уважно стежити, чи зрозуміле слухачеві саме те значення, яке ми хотіли розкрити в цій мовної ситуації. І тут для нас так само надзвичайно важливе значення відіграє контекст. Саме завдяки контексту нам стає зрозумілим те чи інше значення слова. І якщо контекст відповідає своїм вимогам (закінчений у смисловому відношенні відрізок мовлення, що дозволяє встановити значення назв слів або фраз), то кожне слово в реченні зрозуміле. Проте буває й інакше. Приклад:

- *Він вже розспівався.* Незрозуміло: чи він почав співати, захопився; або, проспівавши деякий час, почав співати вільно, легко.

Не додає краси мовленню й ***багатослівність.*** Трапляються такі види багатослів'я:

Плеоназм (від грец. *Pleonasmos* - надлишок, надмірність) - вживання в мові близьких за змістом і тому логічно зайвих слів. Приклад:

- *Всі гості отримали пам'ятні сувеніри*. *Сувенір* - подарунок на пам'ять, тому *пам'ятні* в цьому реченні - зайве слово. Різновидом плеоназмів є вирази типу *дуже величезний, дуже малесенький, дуже прекрасний* і т. ін. Прикметники, що позначають ознаку в його гранично сильному чи гранично слабкому прояві, не потребують уточнення ступеня ознаки.

Використання зайвих слів недоречні не тому, що властиве їм лексичне значення виражено іншими словами, а тому, що вони просто непотрібні в цьому контексті. Приклад: *Тоді про те, щоб ви могли всміхнутися, 11 квітня про це подбає книжковий магазин "Дружба".*

Тавтологія (від грец. *Tauto*- те ж саме logos - слово) - повторення однокореневих слів або однакових морфем. Тавтологічними помилками "рясніють" не тільки твори учнів, студентів, а й газети і журнали. Приклад: *керівники підприємств налаштовані на діловий настрій.*

Розщеплення присудка. Це заміна дієслівного присудка синонімічним дієслівно-іменним сполученням: *боротися - вести боротьбу, прибирати - проводити прибирання*. Приклад: *учні вирішили провести прибирання шкільного двору*. Може бути, в офіційно-діловому стилі такі вирази доречні, але в побутово-розмовній ситуації краще: *учні вирішили прибрати шкільне подвір'я.*

Слова-паразити. Такі слова засмічують мову, особливо усну. Це різноманітні частинки, якими мовець заповнює вимушені паузи, невиправдані змістом і структурою висловлювання: *ось, ну, це* і т. ін.; слівця типу: *чи знаєте, так би мовити, фактично, взагалі, чесно кажучи* і т. ін. Але ця мовна помилка, що трапляється часто-густо в усному мовленні, іноді просочується і на сторінки друкованих видань. Приклад: *у невеликих дешевих кафе (* укр. *кав'ярнях), ну, куди ходять люди зі всього кварталу, зазвичай немає вільних місць.*

Лексична неповнота висловлювання. Ця помилка за змістом протилежна багатослівності. Неповнота висловлювання полягає в пропуску необхідного в реченні слова. Приклад: *Гідність* (тут треба

було б ужити слово *значення*) *Купріна в тому, що нічого зайвого.* У Купріна, може, і немає нічого зайвого, але в цьому реченні не вистачає (і навіть не одного) слова. Або: *"... не допускати на сторінки преси і телебачення висловлювання, здатні розпалити міжнаціональну ворожнечу".* Так виходить, що на телебаченні є *"сторінка"* - *"сторінка телебачення".*

При виборі слова необхідно враховувати не тільки його семантику, лексичну, стилістичну і логічну сполучуваність, але і сферу поширення. Вживання слів обмеженої сфери функціонування (лексичні новоутворення, застарілі слова, слова іншомовного походження, професіоналізми, жаргонізми, діалектизми), завжди має бути вмотивованим умовами контексту.

Неологізми (гр. *neos* новий *logos* слово - *нові слова).* Невдало утворені неологізми є мовними помилками. Приклад:

- *А в минулому році на ямковий ремонт після весняного бездоріжжя було витрачено 23 тисячі рублів* (укр. *гривні*). І тільки контекст допомагає розібратися: *"ямковий ремонт"* - це ремонт ям.

Архаїзми (гр. *archaios* - застарілі слова) - слова, які називають неіснуючі реалії, тобто слова, що були витіснені під впливом певних історичних причин з активного обігу, замінені синонімічними лексичними одиницями. Застосування архаїзмів має відповідати стилістиці тексту, інакше вони зовсім недоречні. Приклад:

- *Нині в університеті був день відкритих дверей*. Тут застаріле слово нині (*сьогодні, тепер*) абсолютно недоречно. Серед слів, які вийшли з активного обігу, виділяються ще й історизми.

Історизми - слова, що вийшли з ужитку в зв'язку зі зникненням із повсякденного вжитку тих реалій, які вони називали: *сіряк, камзол, бурса, опричник* і т. ін. Помилки у вживанні історизмів часто пов'язані з незнанням їх лексичного значення. Приклад:

- *Селяни не витримують свого тяжкого життя і йдуть до головного губернатора міста. Губернатор* - очільник якоїсь області (наприклад, губернії в царській Росії, штату в США). Отже, *головний губернатор* - безглуздість, до того ж в губернії міг бути тільки один *губернатор*, а його помічник називався *віце-губернатором*. Крім того, ще більш дивує, коли очільника тієї чи іншої області в сучасній

Україні, *голову державної обласної адміністрації*, називають *губернатором!* Ніби у нас в Україні є поділ на *губернії!*

Слова іншомовного походження. Зараз багато хто має пристрасть до надмірного вживання в мовленні слів іншомовного походження, навіть не знаючи іноді їх точного значення. Іноді контекст не приймає іноземного слова. Приклад:

- *Робота конференції лімітується через відсутність провідних фахівців*. *Лімітувати* - встановити ліміт чогось, обмежити. Іншомовне слово *лімітувати* в означеній пропозиції слід замінити словами: *йде повільніше, призупинилася* і т. ін.

Діалектизми (гр. *dialektos* – розмова, говір, наріччя) - слова або стійкі поєднання, які не входять до лексичної системи літературної мови і належать до одного чи декількох говірок української загальнонаціональної мови. Діалектизми виправдані в художній або публіцистичній мові для створення мовних характеристик героїв. Невмотивоване ж використання діалектизмів говорить про недостатнє володіння нормами літературної мови. Приклад:

- *Прийшла до мене шаберка і просиділа цілий вечір*. *Шаберка* - сусідка. Вживання діалектизма в цьому реченні невиправдане ані стилістикою тексту, ані метою висловлювання.

Розмовні та просторічні слова. Розмовні слова входять до лексичної системи літературної мови, проте вживаються переважно в усному мовленні, головним чином у сфері повсякденного спілкування. Просторіччя - слово, граматична форма чи зворот переважно усного мовлення, що вживаються в літературній мові, зазвичай, з метою зниженої, грубуватої характеристики предмета мовлення, а також просте невимушене мовлення, що містить такі слова, форми і звороти. Розмовна і просторічна лексика, на відміну від діалектної (обласної), вживається в мові всього народу. Приклад:

- *У мене зовсім худа куртка. Худа* (розм.) - дірява, зіпсована (*худий чобіт*). Помилки виникають у тих випадках, коли вживання розмовних і просторічних слів не вмотивоване контекстом.

Професійні жаргонізми. *Професіоналізми* постають як прийняті у певних професійних груп просторічні еквіваленти термінів: *помилка* - в мові журналістів *ляп; кермо* - в мові шоферів *бублик*. Але

невмотивоване перенесення професіоналізмів до загальнолітературної мови небажане. Такі професіоналізми, як *пошити, пошиття, заслухати* та інші, псують літературну мову. За умовами обмеженості вживання і характером експресії (жартівливої, зниженої тощо) професіоналізми мають багато спільного із жаргонізмами і є складовою частиною *жаргонів* (фр. *jargon*, від галло-романського *gargone – базікання)* своєрідних соціальних діалектів, властивих професійним або віковим групам людей (жаргони спортсменів, моряків, мисливців, студентів, школярів).

Жаргонізми - це побутово-побутова лексика і фразеологія, наділена зниженою експресією, що характеризується соціально обмеженим вживанням. Приклад:

- *Хотів запросити на свято гостей, так халупа не дозволяє. Халупа* - будинок.

Кліше і штампи. Канцеляризми. *Канцеляризми* - слова і вирази, вживання яких закріплено за офіційно-діловим стилем, але в інших стилях мови вони недоречні, є штампами. Приклад:

- *Має місце відсутність запасних частин.*

Штампи (нім. *stampfe,* від італ. *stampa* – печатка, друк) - це сталі вирази з потьмянілим лексичним значенням і стертою експресивністю. Штампами стають слова, словосполучення і навіть цілі речення, які виникають як нові, стилістично виразні мовні засоби, але в результаті занадто частого вживання втрачають первісну образність. Приклад:

- *При голосуванні піднявся ліс рук.*

Різновидом штампів є *універсальні слова*. Це слова, які вживаються в найзагальніших і невизначених значеннях: *питання, завдання, підняти, забезпечити* і т. ін.

Зазвичай універсальні слова супроводжуються *трафаретними* додатками: *робота - повсякденна, рівень - високий, підтримка - гаряча.* Численні публіцистичні штампи (*трудівники полів, місто на Дніпрі, мова калинова, солов'їна* тощо), літературознавчі (*хвилюючий образ, гнівний протест*).

Кліше (фр. *cliché* – відбиток) - мовні стереотипи, готові звороти, що використовуються як легко відтворювані за певних умов і

контекстів стандарти, - є конструктивними одиницями мови і, незважаючи на часте вживання, зберігають свою семантику.

Кліше використовують в офіційно-ділових текстах, документах (*зустріч на вищому рівні);* в науковій літературі *(потрібно довести);* в публіцистиці *(наш власний кореспондент повідомляє з);* в різних ситуаціях розмовно-побутовому мовленні *(Здраствуйте! До побачення! Хто останній?).*

З вищевикладеного можна зробити висновок, що існує величезна кількість помилок, яких припускаються люди під час публічних промов, укладання документів тощо.

Неточності, надмірність, недоречність, неправильне емоційне забарвлення, ось чого має шукати і виправляти в своєму мовленні кожна людина, що поважає себе і соїх співрозмовників.

Також хочеться відзначити, що існують професії, представники яких покликані виправляти мовні помилки політиків і бізнесменів, писати для них доповіді й промови. З цього можна зробити висновок, що тема розвитку і вдосконалення літературного мовлення надзвичайнои складна, проте корисна в сьогоднішніх реаліях, оскільки кожен фахівець будь-якого рівня і напряму зобов'язаний досконало володіти державною мовою. Гарна лінгвістична освіта громадян у сучасній Україні має стати програмою мінімум для середніх навчальних закладів і програмою максимум – для університетів.

Список використаних джерел

1.Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. – К.К Вища школа, 1985. – 360 с.;

2. Лавренюк В.В. Розвиток фахового мовлення студентів на заняттях з української мови за професійним спрямуванням // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г. Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 449-455 ;

3. Лавренюк В.В., Вакарчук В.О. Оратор і аудиторія: контакт, вплив, взаємодія // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації // Зб. М-лів ІІ

Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г. Спрінсяна.- Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016р. – Одеса: ОНПУ, 2016. - С. 455-461;

4. Лавренюк В.В. Точність терміновживання в офіційно-діловому та науковому стилях мовлення //Актуальні проблеми державного управління // Збірка наукових праць. – Одеса: ОРІДУ НАДУ при Президентові України, 2016 р. – С. 111-118;

5. Лавренюк В.В. Деякі аспекти розвитку української термінології // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття. Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса: Сімекс-Принт, 2016р. – С. 274-282;

6. Лавренюк В.В., Спрінсян В.Г. Навчальний посібник з дисципліни "Українська мова за професійним спрямуванням" / Для студентів усіх спеціальностей ОНПУ денної форми навчання. Рівень підготовки - бакалавр. Галузь знань – 0201 “Культура”. Напрям підготовки – 6.020105 “Документознавство та інформаційна діяльність”. / Укл.: В.В. Лавренюк, В.Г. Спрінсян – Одеса: ОНПУ, 2017. - 38 с.;

7. Миронова Т.В. Язык жестов. Как добиться успеха в жизни. – М.: ЗАО Центрполитграф, 2006. – 223 с.;

8. Мисик В. Застосування мультимедійних презентацій на уроках української мови // Методичні студії: Збірник наук.-мет. праць. Вип. 1 / Укл.: Анатолій Загнітко (відпов. ред.). та ін. – Донецьк: ДонНУ, 2009. – 370 с.;

9. Нісімчук А.С., Падалко О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник / А.С. Нісімчук, О.С. Падалко, О.Т. Шпак. – К.: Видавничий центр “Просвіта”, “Книга пам'яті України”. – 2000. – 368 с.;

10. Словарь иностранных слов. Издание 14-е, исправленное. – М.: Русский язык, 1987. – С. 396;

11.Туркот Т.І. Педагогіка вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.І. Туркот. – К.: Кондор, 2011. – 628 с. ;

12. Українська мова за професійним спрямуванням: Практикум: навч.посіб. / Т.В. Симоненко, Г.В. Чорновол, Н.П. Руденко. К.: ВЦ "Академія", 2009. – 272 с.;

13. Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. – 2-ге вид., виправ. і доповнен. – К.: алерта, 2011. – 696 с.;

14. Якубовська М.Г. Семіотика, жанри і функції рекламної комунікації // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття : зб. матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 8-10 вересня 2011 року) / [під заг. ред. В.Г.Спрінсяна]. – Одеса : Симэкс-Принт, 2011. – С. 151-154 (0,2 д.а.);

15. 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. (0,6 д.а.);

16. 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. (0,6 д.а.)

17. Якубовська М.Г. Конспект лекцій по курсу «Культура мови та ораторське мистецтво» для студентів за фахом 020101 – «Документознавство та інформаційна діяльність». – Одеса: ОНПУ, 2011. – 268 с. (12,8 д.а.) (електронна версія KL04231 від 13.12.2011);

18. Якубовська М.Г. Методичні вказівки до самостійної роботи студента з курсу "Культура мови та ораторське мистецтво" для студентів за фахом 020101 – "Документознавство та інформаційна діяльність". – Одеса: ОНПУ, 2012. – 78 с. (3,7 д.а.) (Електронна версія);

19. Ястребов Л.Й., Создание мультимедийных презентаций в программе Microsoft Power Point, Вопросы Интернет-образования. – № 41. – Режим доступа: http://vio.fio.ru/vio_41/cd_site/Articles/glava-00/02.htm.

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНІХ ПРОЦЕСІВ

Ольга Пацукевич
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Горки, Республика Беларусь

СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РЫНКА ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ (ОПЫТ США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ)

Аннотация. *В представленной автором статье рассматривается состояние и основные тенденции развития мирового рынка дистанционных образовательных услуг. Приводятся статистические данные о его состоянии в последние годы на примере двух лидеров в этом направлении – США и Великобритании.*

Ключевые слова: *Великобритания, онлайн-образование, рынок дистанционного образования, студенты, США.*

Annotation. *In the article presented by the author the state and main tendencies of development of the world market of distance educational services are considered. Statistical data on its state in recent years are given on the example of two leaders in this direction – the USA and great Britain.*

Key words: UK, online education, distance education market, students, USA.

Анотація. *У представленій автором статті розглядається стан і основні тенденції розвитку світового ринку дистанційних освітніх послуг. Наводяться статистичні дані про його перебування останніми роками на прикладі двох лідерів в цьому напрямі – США і Великобританії.*

Ключові слова: *Великобританія, онлайн-освіта, ринок дистанційної освіти, студенти, США.*

Сегодня дистанционное обучение модный тренд в сфере мирового образования. Наблюдается лавинообразное нарастание

образовательного контента, размещенного на новых технологических платформах и зарождение принципиально новой педагогической системы. Идея обучения дистанционно миллионов людей выглядит привлекательно. Такие понятия как дистанционное электронное обучение, онлайн-образование, сетевые образовательные ресурсы входят в нашу жизнь и являются средством для развития новых образовательных технологий. Анализ мировой образовательной практики в сфере дистанционного обучения свидетельствует о многообразии его моделей и активном развитии новых современных подходов и технологий к его реализации. Рынок дистанционного образования Европы и США многие исследователи сегодня называют достаточно зрелым.

В начале XXI века объем глобального рынка дистанционного образования ежегодно увеличивается. По данным кампании Global Industry Analysts, его оборот в мире в 2010 г. составил 52,6 млрд. долларов, увеличившись на 32% по сравнению с 2007 г. К 2015 г. данная аналитическая корпорация прогнозировала рост рынка дистанционного образования до 107 млрд. долларов в год. Аналитическая компания Ambient Insight в своих отчетах показывает, что наибольший рост рынка дистанционного образования отмечается в таких странах Азии, как Индия (55%), Китай (более 50%), Малайзия (более 40%) [1, 88].

Наибольшее количество сегодняшних потребителей e-learning-решений сконцентрировано в США и Канаде, а среди европейских стран – в Великобритании, за которой следует Германия, Италия и Франция. В США дистанционное обучение предлагают более 200 университетов и тысячи колледжей, а количество онлайновых курсов увеличивается примерно на 30-40% ежегодно. Рост популярности электронного обучения стабилен во всех развитых странах. Согласно Докладу Sloan Consortium почти 3,5 млн. студентов в США в 2006 г. имели хотя бы один дистанционный курс обучения, это почти на 10% больше, чем в 2005 г. Подавляющее большинство (69%)

представителей академического сообщества считают, что спрос студентов на онлайн-обучение по-прежнему растет. Практически все (83%) высших учебных заведений США ожидают, что их онлайн-зачисления увеличатся. В странах ЕС ситуация с дистанционным обучением имеет схожие тенденции. В ЕС существуют организации, объединяющие институты ДО. Еще в 1987 году была создана Европейская Ассоциация университетов с дистанционным обучением (EADTU), которая затем трансформировалась в Европейский открытый университет, в основе которого лежала сеть Европейских открытых университетов. В эту сеть входит 17 открытых университетов из 17 стран. Обучается в сети около 650 тысяч студентов. Основной целью таких является обмен опытом между преподавателями из разных учебных заведений для разработки курсов и подтверждения дипломов. Между институтами, входящими в сеть, принят ряд соглашений в области оценки, сертификации, взаимного признания экзаменов, обеспечивающих передвижение дипломов по странам [2, 63].

Наибольшую известность приобрела такая организация, как Международный совет по открытому и дистанционному обучению (ICDE). Он включает 7000 участников из 130 стран в виде образовательных институтов, национальных и региональных ассоциаций, корпораций, агенств и частных лиц, работающих в области открытого и дистанционного образования. В Великобритании разнообразные дистанционные программы предлагают свыше 50 университетов. Рост популярности электронного обучения относительно стабилен во всех развитых странах. Так, в США, где учится большинство международных студентов, многие университеты так или иначе вовлечены в онлайн-образование. Согласно данным доклада о дистанционном образовании (WCET), осенью 2014 года 14% от общего числа студентов в США занимались только дистанционно. Из этого числа примерно каждый четвертый студент (28%) дистанционно изучал хотя бы один курс.

Обратим внимание на следующий факт. Статистические данные свидетельствуют о том, что в 2012 – 2014 гг. количество людей, живущих за пределами США и ставших студентами полностью дистанционных программ американских вузов, возросло более чем на 35 тыс. человек, или на 8,6%.

Количество же жителей США, ставших студентами этого вида программ, возросло более чем на 35 тыс. человек, или на 8,6%. Параллельно с этим общая численность студентов, получающих высшее образование, снизилась на 2%.

Пропорциональность увеличения количества обучающихся на дистанционных программах и снижение приема на очные программы вузов позволяет судить о тенденции роста популярности дистанционного образования. Однако, несмотря на это, доля иностранцев среди студентов дистанционных программ довольно низкая. Из 2858792 общего числа студентов дистанционных программ, обучавшихся в 2014 году, за пределами США жили только 1,3% (37788 человек). Остальные либо находились в США (2730769 человек), либо не указали место проживания (90235 человек) [3, 29].

В США трансграничное онлайн-образование необходимо также рассматривать в контексте рынка образовательных услуг для иностранцев. В период с 2012/2013 по 2014/2015 учебный год численность иностранцев, обучающихся в вузах США, увеличилась на 16% и достигла 854639 человек, то есть она росла быстрее, чем количество зарубежных слушателей дистанционных программ. Однако, несмотря на очевидный рост, нельзя говорить о том, что рынок дистанционного образования для иностранцев в рамках американского рынка образовательных услуг растет непропорционально.

Если судить о Великобритании, которая является второй после США крупнейшей страной, принимающей иностранных студентов, то там складывается иная картина с рынком дистанционного образования. Британская служба сбора статистики о высшем образовании (HESA) утверждает, что количество живущих в Британии студентов

дистанционных программ снизилось в 2014/2015учебном году на 10% в сравнении с 2013/2014 учебным годом. Подводя итоги, в 2016 году сотрудники Наблюдательного центра «Высшее образование без границ» отметили причины сокращения. Они считают, что это может быть связано с падением популярности среди населения вечерней и очно-заочной формы обучения, которое было вызвано изменениями в самой системе кредитования студентов Великобритании: По статистике, общее количество студентов таких программ уменьшилось за последние пять лет на 41% (200 тыс. человек). Крупнейший провайдер дистанционного образования в стране – Открытый университет. Большинство его программ реализуются в заочном или вечернем формате. Однако численность его студентов с 2008/2010 учебного года сократилась на треть.

По данным HESA, количество студентов британских дистанционных программ, живущих за границей немного выросло с 2013/2014 (119700) по 2014/2015 год: (120475). Однако HESA не принимает во внимание тот факт, что в этой цифре учтена большая группа студентов, обучающихся на бакалаврской программе по бухгалтерии в Университете Оксфорд Брукс, которых тоже называют «дистанционными студентами». Выпускники этой программы получают двойной диплом университета и Ассоциации дипломированных сертифицированных бухгалтеров (ACCA), которая автоматически регистрирует практически всех членов как студентов этой программы. Получается, данные о транснациональном высшем образовании искусственно завышаются.

Авторы опубликованного недавно доклада HEGlobal о транснациональном образовании обнаружили, что 70% дистанционных онлайн-программ Великобритании были разработаны еще до 2000 года и что на программы, разработанные после 2010 года, приходится лишь 4% всех студентов.

Таким образом, развитие мирового рынка дистанционного обучения продолжаются весьма активно, чему способствует, с одной

стороны, повышение спроса на образовательные услуги, а с другой – развитие информационных технологий и рост числа пользователей Интернета. Дистанционное обучение (ДО) стало приоритетным для мирового сообщества не только потому, что оно дешевле для потребителей, но и вследствие того, что оно соответствует потребностям времени. Более того, дистанционное образование является важнейшей основой дальнейшего устойчивого развития в рамках современной информационной цивилизации.

Литература

1. Белоножко, М. Л., Абрамовский, А. Л. Развитие дистанционного высшего образования в мире на современном этапе / М. Л. Белоножко, А. Л. Абрамовский // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 24 (353). – С. 88-90.

2. Мерола, Р. Что говорит статистика о трансграничном онлайн-образовании / Р. Мерола // Международное высшее образование. – 2017. – № 89. – С. 28-30.

3. Мукимбеков, М. К. Глобализация и интеграция мировых рынков образовательных услуг / М. К. Мукимбеков // Экономика образования. – 2011. – № 2. – С. 61-64.

Санъат Султонович Рахматов,
Наргиза Нажмитдиновна Садулаева
Бухарский инженерно-технологический институт,
Бухара, Узбекистан

МЕТОД ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ПОДГОТОВКЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Стаття присвячена опису та аналізу організаційно-педагогічних умов організації самостійної роботи студентів засобами Інтернет-технологій в контексті компетентнісної освітньої парадигми.

Ключові слова: *самостійна робота, освітні ресурси, Інтернет-технології, інформаційний комплекс, компетенції, сучасна освітня парадигма*

Статья посвящена описанию и анализу организационно-педагогических условий организации самостоятельной работы студентов средствами Интернет-технологий в контексте компетентностной образовательной парадигмы.

Ключевые слова: *самостоятельная работа, образовательные ресурсы, Интернет-технологии, информационный комплекс, компетенции, современная образовательная парадигма*

The article is devoted to the description and analysis of the organizational and pedagogical conditions for the organization of independent work of students by means of Internet technologies in the context of the competence educational paradigm.

Keywords: *independent work, educational resources, Internet technologies, information complex, competences, modern educational paradigm*

Самостоятельная работа студентов является одной из самых важных и широко обсуждаемых проблем преподавания в вузе. Главное в стратегической линии организации в вузе заключается в создании условий высокой активности, самостоятельности, ответственности и способности к самоорганизации студентов в аудитории и вне ее в ходе всех видов учебной деятельности

Современный учебный процесс невозможно представить без поддержки средствами информационных технологий, которые

призваны способствовать повышению качества обучения.

Позитивная возможность современных Internet-технологий – возможность использовать уникальные экспериментальные ресурсы, расположенные порой на другом конце земного шара: вести наблюдения звездного неба на настоящем телескопе или управлять реактором атомной станции, воспользоваться для перевода учебного текста онлайновым словарем, выбрав его из списка доступных, препарировать виртуальную лягушку. Как о перспективе недалекого будущего можно говорить и о «виртуальных» онлайн-лабораториях, в которых ученики будут проводить эксперименты на оборудовании, расположенном на другом континенте или в соседнем здании.

Еще одна возможность, которую успешно используют современные педагоги и профессора, – развитие и поощрение творческого потенциала обучающихся. Публикации в Интернет лучших дипломов и курсовых, сочинений, собраний работ по учебному курсу, гипертекстовых рефератов не только дадут возможность обучающимся выполнить мини-исследование, но и помогут преподавателю формировать банк материалов по изучаемому курсу. Для реализации намеченных проектов от обучающихся, как и от педагога, требуется владение компьютерной грамотностью, которая предполагает:

– умение вводить и редактировать информацию (текстовую, графическую), пользоваться компьютерной телекоммуникационной технологией, обрабатывать получаемые количественные данные с помощью программ электронных таблиц, пользоваться базами данных, распечатывать информацию на принтере;

– владение коммуникативными навыками при общении с программными продуктами;

– умение самостоятельно интегрировать ранее полученные знания по разным учебным предметам для решения познавательных задач, содержащихся в телекоммуникационном проекте;

– в случае международного проекта – практическое владение языком партнера;

– умение войти в сеть (электронную почту);

– умение составить и отправить по сети письмо;

– умение «перекачать» информацию из сети на жесткий или гибкий диск и наоборот, с жесткого или гибкого диска – в сеть;

– структурировать полученные письма в специальной директории;

– работать в системах DOS и WINDOWS, пользуясь редакторами WORD разной модификации;

– входить в электронные конференции, размещать там собственную информацию и читать, «перекачивать» имеющуюся в различных конференциях информацию.

Несмотря на преимущества и перспективы включения Интернет-технологий в образование, существует область образования, где развитие информационных технологий, с точки зрения педагогов, принесло больше вреда, чем пользы. Если в бумажную эру наиболее распространенным способом обойти контроль было списывание домашнего задания у соседа по парте или обмен курсовыми работами в масштабах одного вуза, то сейчас обмен рефератами и подобным материалом поставлен на поток: найти реферат на интересующую тему в Интернете или на специальном CD не составляет особого труда.

Однако, не останавливаясь на издержках Интернет-технологий, обратим свое внимание на их особенности.

На базе сетевых технологий возник совершенно новый вид учебных материалов: Интернет-учебник. Область применения Интернет-учебников велика: обычное и дистанционное обучение, самостоятельная работа. Снабженный единым интерфейсом, такой Интернет-учебник может стать не просто пособием на один учебный курс, а постоянно развивающейся обучающей и справочной средой.

Интернет-учебник обладает теми же качествами, что и компьютерный учебник, плюс возможность тиражирования практически без носителя – существует одна версия учебного материала в сети Интернет и ученик-пользователь получает к ней доступ привычным для себя способом через свой браузер. Это вносит существенные преимущества по сравнению с электронным учебником, а именно:

– сокращается путь от автора учебника к ученику;

– появляется возможность оперативно обновлять содержание

учебника;

– сокращаются расходы на изготовление учебника;

– решается проблема идентичности, то есть почти на всех аппаратных платформах материал будет выглядеть практически одинаково (отличия, конечно же, будут, но их влияние на работу обучающегося с учебником можно свести к минимуму);

– появляется возможность включения в учебник любого дополнительного материала, которой уже имеется в сети Интернет.

На основе проведенного исследования можем сформулировать следующие выводы.

1. Большая часть студентов проводит значительное количество свободного времени в сети Интернет. При этом использованию её образова-тельных ресурсов отводится лишь незначительная часть времени.

2. Студенты могут и готовы использовать Интернет-ресурсы при организации самостоятельной работы по изучаемым дисциплинам. Качество представленных в сети образовательных ресурсов может удовлетворить значительную часть потребностей студентов.

3. Уровень осознания преподавателями важности и необходимости использования Интернет-технологий для организации СРС, а также степень информированности преподавательского состава в данной области остаются достаточно низкими.

4. Одним из основных направлений совершенствования организации самостоятельной работы студентов средствами Интернет-технологий должно стать создание порталов поддержки самостоятельной работы студентов по изучаемым дисциплинам.

5. Реализация модели самостоятельной работы студентов средствами Интернет-технологий должна включать психологический, технологический, коммуникативный, методологический компоненты.

6. В современных условиях недостаточно создания статического сайта при организации самостоятельной работы студентов. Речь идет уже об исполь-зовании инфокоммуникационных технологий, предполагающих целенаправленное и управляемое воздействие на студента. Необходимо использование технологий Интернет-

блогов(например, WordPress), новостных лент(RSS-канал), видео-блогов.

7. Все ресурсы должны быть адаптированы для использования их в КПК, смартфонах и других мобильных устройствах.

8. Эффективность использования Интернет-технологий в самостоятельной работе напрямую зависит от степени сформированности информационной культуры преподавателя и студентов, материального обеспечения учебного процесса.

Литература

1. Атаян А.М. К вопросу о формировании информационной культуры // Материалы YIII Международной конференции-выставки «Информационные технологии в образовании». – Владикавказ, 2000. – С. 6–15.

2. Вихман Виктория Викторовна. Оценка и анализ эффективности применения информационных технологий в образовании: Автореферат дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01: Новосибирск, 2004.

3. Берулава, Г.А. Инновационная сетевая парадигма обучения и воспитания студентов в условиях современного информационного пространства [Текст] / Г.А. Берулава // Гуманизация образования. 2010. № 4.

4. Международный инновационный университет [Электронный ресурс] / НОУ ВПО «Международный инновационный университет». Режим доступа : http://www.miu-sochi.ru/obshhie_svedenija_31_1.html. — Загл. с экрана. — Яз. рус., англ.

Андрей Третьяков
Московский государственный областной университет,
Москва, Российская Федерация

Екатерина Безбородова
Российский государственный педагогический
университет им. А. И. Герцена
Санкт-Петербург, Российская Федерация

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ ПРОСВЕЩЕНИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В КОНТЕКСТЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Анотація. *У даній статті автором розглянуто проблематику правової просвіти учнів в умовах сучасної освітньої парадигми. Акцентується увага на освітньої ініціативи «Шкільні центри правової інформації». Виявляються інноваційні підходи до організації правової освіти підростаючого покоління на базі бібліотек освітніх організацій.*

Ключові слова. *Правова освіта, які навчаються, шкільна бібліотека, освітня інновація, шкільний центр правової інформації.*

Аннотация. *В данной статье автором рассмотрена проблематика правового просвещения обучающихся в условиях современной образовательной парадигмы. Акцентируется внимание на образовательной инициативе «Школьные центры правовой информации». Выявляются инновационные подходы к организации правового просвещения подрастающего поколения на базе библиотек образовательных организаций.*

Ключевые слова. *Правовое просвещение, обучающиеся, школьная библиотека, образовательная инновация, школьный центр правовой информации.*

Annotation. *In this article, the author has considered the problems of legal education of students in the conditions of the modern educational paradigm. The attention is paid to the educational initiative «School centers of legal information». Innovative approaches to the organization of legal*

education of the younger generation on the basis of libraries of educational organizations are revealed.

Keywords. *Legal education, students, school library, educational innovation, school center of legal information.*

Существенные изменения в социально-политической, социально-экономической и социально-культурной, а также образовательной сферах жизни внесли необходимость создания и внедрения инновационных подходов и инновационных продуктов. С позиций образовательной политики настоящего времени в условиях внедрения и реализации Федеральных государственных образовательных стандартов всех ступеней образования можно рассмотреть инновационность подхода, предлагаемого автором данной статьи.

Реализация Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016 – 2020 годы, Государственной программы «Развитие образования на 2013-2020 годы», федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», а также ряд иных нормативных и правовой актов и документов, имеющих прямое или косвенное отношение к системе образования, вызвала необходимость поиска новых решений по многим вопросам этико-правового, духовно-нравственного и гражданско-патриотического воспитания, образования и просвещения детей и молодёжи. В данной работе будет рассмотрена лишь часть из предлагаемых аспектов – правовое просвещение обучающихся.

Итак, в современном мире образовательная организация (школа) не только передаёт набор знаний и компетенций, но и воспитывают личность, способствуют критически мыслить, формируют нравственные скрепы. Отметим, что, по мнение главы государства «важнейшая задача образования – формировать внутреннюю культуру и вкус человека, его ценностные ориентиры и мировоззрение». В связи с этим, всё более и более актуализируется проблематика формирования гармонично развитой личности. На наш взгляд, данное положение можно реализовать посредством различных форм деятельности в современной общеобразовательной школе, среди которых мы выделяем инновационный информационно-образовательный проект «Школьные центры правовой информации» (ШЦПИ). Это новый вектор (проект) реализуемой в рамках

исполнения Концепции-2020 в Российской Федерации и за её пределами Программы ПЦПИ, ориентированный на реализацию раздела VII «Меры государственной политики в области образования и воспитания подрастающего поколения, юридического образования и подготовки юридических кадров» Основ государственной политики Российской Федерации в сфере развития правовой грамотности и правосознания граждан.

Отметим, что «развитие правового образования и воспитания подрастающего поколения в образовательных учреждениях различного уровня посредством внедрения в информационно-образовательный процесс учебных курсов, программ, учебно-методических материалов, обеспечивающих получение знаний в области права» [1] является базовым компонентом в создании ШЦПИ.

Главной целью проекта является содействие созданию условий для построения в Российской Федерации правового государства, гражданского и информационного общества с привлечением потенциала всех участников образовательного процесса (образовательных отношений).

Проект «ШЦПИ» поддержан такими структурами как Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Федеральная служба охраны Федеральной службы безопасности, Агентством стратегическим инициатив и многими другими. Иными словами, данные организации выступают флагманами рассматриваемой отрасли и именно эксперты из данных организаций могут способствовать популяризации идей правового просвещения обучающихся, а также создания дистанционного виртуального центра во вопросы гражданственности и права, доступ к которому будут иметь все участники проекта «ШЦПИ».

Гуманитаризация современной школы – это первый шаг к организации единой информационно-образовательной сети современной России, в которую будут включены центры доступа не только к правовой, но и к иной социально значимой информации [3].

Ресурсы для обучающихся предоставляются в электронном виде посредством современных информационных технологий, которые играют, на наш взгляд, ключевую роль в предоставлении качественного образования в современных условиях. Иными словами,

использование современных информационно-телекоммуникационных технологий в формировании информационно-правовой культуры обучающихся играет ключевую роль в организации и управлении качеством современного российского образования.

Особое место в реализации данного проекта, на взгляд разработчиков, куда входит и автор статьи, занимает школьная библиотека, которая является информационно-ресурсным и интеллектуальным центром современной образовательной организации. На наш взгляд, современная модернизация школьных библиотек и их трансформация в школьные информационно-библиотечные центры ещё более способствует организации информационного сопровождения обучающихся правовой и иной социально значимой информации, которая жизненно необходима для школьников с целью предотвращения социальных и иных конфликтов в современном социуме.

Среди особенностей библиотеки школы XXI века мы выделяем, например, создание комфортной среды для самостоятельного обучения и исследовательской работы обучающихся [2], а также предоставление площадки библиотеки как точки доступа к правовой и иной социально значимой информации для обучающихся, а также заинтересованному педагогическому корпусу и родительской общественности.

Необходимо отметить, что рассматриваемый проект может реализовываться посредством использования ресурсов портала «Конструктор сайтов муниципальных библиотек и сайтов библиотек образовательных организаций» (http://bibl.systema.ru/), который на наш взгляд, обладает необходимым информационно-ресурсным и программным обеспечением как точка доступа для обучающихся к правовой и иной социально значимой информации. Большой вклад в данный ресурс вносит кандидат исторических наук, ведущий научный сотрудник Совета по изучению производительных сил Всероссийской академии внешней торговли И. И. Комарова.

На наш взгляд, проект «Школьные центры правовой информации» должен сыграть очень положительную роль в социальном здоровье обучающихся, сформировать позитивный климат среди педагогических работников, в том числе школьных психологов и медиаторов, школьных библиотекарей. Ценность данного проекта

состоит в том, что это отдельная структура, которая позволит сформировать в комплексе с другими структурами образовательной организации гармонично развитую личность в соответствии с базовыми ценностями, о которых много говорим академик Д.С. Лихачёв – давать знания и воспитывать нравственного человека.

В заключении стоит отметить, что данный проект будет выступать механизмом реализации не столько Стратегии развития воспитания, но также Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 годы, Основ государственной политики российской федерации в сфере развития правовой грамотности и правосознания граждан и ряда других документов, в том числе Государственной программы «Развитие образования на 2013-2020 годы». В свою очередь, мы предполагаем, что необходимо создание Концепции национальной модели школьных центров правовой информации, которая в свою очередь объединит все центры под создаваемым Федеральным центром правового просвещения.

Литература

1. Демидов А.А. Центры этико-правовой информации и медиаобразования на базе школьной библиотеки – новация в реализации ФГОС и инфраструктура для развития информационно-правовой культуры детей и молодёжи / А.А. Демидов, А.Л. Третьяков // Медиаобразование. – 2016. – № 2. – С. 21-33.

2. Маслакова М.В. Трансформация школьной библиотеки в библиотечно-информационный центр / И.В. Бажутина, М.В. Маслакова // Динамика систем, механизмов и машин. – 2016. – Т. 4. – № 1. – С. 312-318.

3. 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. URL: http://www.bulletennauki.com/#!tretiakov/d2pws (дата обращения: 01.04.2017).

4. Третьяков А. Л. Правовое просвещение в современной школьной библиотеке: постановка проблемы / А. Л. Третьяков // Динамика систем, механизмов и машин. – 2016. – № 1. – Том 4. – С. 358-361.

Виктор Блохин
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Горки, Беларусь

ИНКЛЮЗИВНОЕ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ДИСТАНЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Стаття розглядає можливості розвитку інклюзивної вищої освіти. В даний час по всьому світу збільшується кількість молоді з обмеженими можливостями здоров'я, однак для всіх категорій населення необхідно забезпечити доступ до освіти - це одне з фундаментальних прав людини. Важливу роль в розширенні доступу молоді з обмеженими можливостями здоров'я відіграють дистанційні методи навчання, пов'язані з активним використання комп'ютерних і інтернет-технологій.

Ключові слова: *інклюзивна освіта, дистанційні методи, технології, розвиток, можливості.*

Статья рассматривает возможности развития инклюзивного высшего образования. В настоящее время по всему миру увеличивается количество молодежи с ограниченными возможностями здоровья, однако для всех категорий населения необходимо обеспечить доступ к образованию – это одно из фундаментальных прав человека. Важную роль в расширении доступа молодежи с ограниченными возможностями здоровья играют дистанционные методы обучения, связанные с активным использование компьютерных и интернет-технологий.

Ключевые слова: *инклюзивное образование, дистанционные методы, технологии, развитие, возможности.*

The article examines the possibilities of developing inclusive higher education. Currently around the world an increasing number of young people with disabilities, but for all categories of the population should have access to education - is one of the fundamental human rights. Distance learning methods related to the active use of computer and Internet technologies play an important role in increasing the access of young people with disabilities.

Key words: *inclusive education, distance methods, technology, development, opportunities.*

В условиях современной цивилизации особое место отводится эффективной системе высшего образования. Передача знаний должна

осуществлять различными путями, быстро, качественно с применением инновационных методик. Важно расширять доступность образования для различных категорий населения.

Целью данного исследования является определение роли дистанционного образования в обеспечении доступности высшей школы для студентов с инвалидностью (ограниченными возможностями здоровья).

Автор поставил следующие задачи: дать оценку развития дистанционных методов образования; определить возможности применения дистанционного образования в обучении студентов с ограниченными возможностями здоровья.

В статье используются методы логического и системного анализа, приводится пример внедрения дистанционных методов обучения в Белорусской государственной сельскохозяйственной академии.

Под дистанционным образованием необходимо понимать перспективную и конкурентоспособную альтернативу традиционному обучению, такое образование представляет собой интегрированную систему, в которой студенты имеют возможность принимать активное участие, оказывать влияние на образовательный процесс [2; 59]. Дистанционное образование не требует физического присутствия в учебной аудитории, существует возможность комфортного регулирования личного времени и объёмов изучения научных дисциплин.

Дистанционные методы образование включают следующие уникальные возможности: использование электронной почты; проведение вебинаров; Skype-сессии; электронная библиотека; мультимедийная система (презентации, фото- и видеоматериалы); инновационное тестирование в режиме on-laine; возможность использования электронных архивов; дистанционное участие в международных конференциях и иных научно-практических мероприятиях; возможность получения консультаций преподавателя в режиме on-laine; организация сдачи зачетов и экзаменов через сеть Интернет.

Прогресс в развитии науки и медицины способствовал серьёзному росту средней продолжительности жизни на планете, а также росту выживаемости детей. Так, если ребенок родился в странах переходящих к постиндустриальному типу, то с вероятностью около

99% можно утверждать, что молодой человек доживёт до совершеннолетия. В то же время, рост выживаемости и спасения людей благодаря достижениям медицины, отразился на общем состоянии здоровья населения. В XX веке и в начале XXI столетия продолжается рост численности людей с физическими и психическими отклонениями.

К числу фундаментальных прав человека, в том числе людей с инвалидностью, относится право на получение образования. Дистанционное образование помогает преодолеть множество проблем, с которыми сталкиваются инвалиды на пути к поступлению и обучению в высшей школе. Благодаря современным компьютерно-коммуникационным технологиям и специальным образовательным программам не требуется постоянное физическое присутствие студента в вузе. Получение образования играет важную роль не только в трудоустройстве молодежи, но и повышает уверенность в своих силах, способствует социализации молодежи с ограниченными возможностями здоровья. Благодаря получению образования люди с инвалидностью повышают свой социальный статус, а иногда достигают выдающихся результатов в самых разных областях науки, культуры, искусства и иных сферах жизни [1; 38].

Во многих странах мира сегодня популярна идея интегрированного обучения людей с особыми образовательными потребностями. Университеты стараются предложить потенциальным студентам с ограниченными возможностями здоровья равный доступ к образовательным услугам.

Отношение общества к людям с инвалидностью зависит от многих факторов, среди которых важную роль играет уровень социально-экономического развития, система образования, обеспечивающая возможность выбора профессии в соответствии со своим возможностям и способностям.

Дистанционное образование выполняет важную гуманистическую функцию, в соответствии с которой никто не должен быть лишён возможности получать образование по причине бедности, географической или временной изолированности, социальной незащищенности и невозможности посещать образовательные учреждения в силу физических недостатков. Выбирая дистанционную форму обучения, студент с инвалидностью перестаёт 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.

Система дистанционного образования активно развивается в последние годы в Белорусской государственной сельскохозяйственной академии (БГСХА) – старейшем вузе Республики Беларусь (академия ведет свою историю с 1840 года). К началу 2018 года в БГСХА обучались примерно 12 тысяч студентов. Более 6 тысяч из них получают образование в заочной форме. На стационаре обучается более 500 иностранных студентов. Среди учащихся вуза есть молодые люди с ограниченными возможностями. Для всех этих категорий студентов большое значение имеет доступность дистанционных форм обучения. Ежегодно в БГСХА появляется все больше возможностей для самостоятельного обучения, получения учебных материалов и консультаций преподавателей через Интернет.

Если у студентов возникает желание задать преподавателю вопрос, то для них создаются условия для проведения консультаций в программе Skype. Кроме того, данная форма обучения позволяет студентам слушать лекции ведущих специалистов, ученых и открывает доступ к информации, интересующей обучаемого, которую он может получить, не отходя от своего компьютера. Оценивание знаний осуществляется в форме тестирования (начального, промежуточного, заключительного), анкетирования и итогового контроля.

Новые возможности требуют приведения в адекватное состояние учебно-методического и организационного обеспечения преподавания в вузах. Однако дистанционные методы образования являются инновационным подходом, предоставляют уникальную возможность для самореализации людей с ограниченными возможностями здоровья.

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. Воронцова, Т. В., Ибатуллина, Е. Ю. Моделирование и технологическое обеспечение ресурса профессиональной образовательной среды / Т. В. Воронцова, Е. Ю. Ибатуллина // Теоретические и прикладные проблемы АПК 2015. № 1 (22). С. 59–62.

Рустам Сариев
Бухарский инженерно-технологический институт,
г. Бухара, Республика Узбекистан

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНИКОВ

Анотація: *В статті розглянута технологія створення електронних підручників. Основні етапи створення електронних підручників та їх інструментальні засоби. Методи і програми для створення електронних підручників.*

Аннотация: *В статье рассмотрены технология создания электронных учебников. Основные этапы создания электронных учебников и их инструментальные средства. Методы и программы для создания электронных учебников.*

Annotation: *The technology of creation of electronic textbooks is considered in the article. The basic stages of creating electronic textbooks and their tools. Methods and programs for creating electronic textbooks.*

Разработка обучающих курсов в среде мультимедиа является длительным и дорогостоящим процессом, поэтому важно хорошо представлять себе все основные этапы создания компьютерного учебного курса и возможные принимаемые на каждом этапе разработки решения. На предварительном этапе осуществляется выбор учебного курса для представления в среде мультимедиа. Должны быть выявлены уже существующие курсы по данной дисциплине, определены предполагаемые затраты и время, необходимые для создания курса, а также его возможный тираж и аудитория, которой адресован курс. Тип аудитории позволяет определить общие требования к мультимедиа-курсу. Общеобразовательные курсы должны учитывать особенности обучения, связанные с различным уровнем общей подготовки обучаемых и уровнем их компьютерных знаний, что может потребовать введения средств предварительного тестирования для оценки имеющихся знаний и подстройки системы для оптимального изложения. Курсы специального образования должны учитывать уровень подготовки, давать возможность не

повторять уже известные темы, обеспечивать наличие самой последней информации в данной предметной области.

На подготовительном этапе предполагается написание текста курса, подбор иллюстративного и справочного материала, создание эскизов интерфейса и сценария обучающей программы, а также сценариев отдельных блоков (анимационных фрагментов, видеофрагментов, программ, реализующих компьютерное моделирование, блоков проверки знаний и т.п.). На этом же этапе при желании (или необходимости) разрабатываются различные варианты представления учебного материала (как по форме, так и по содержанию) в зависимости от психологического типа обучаемого. Каждый раздел и весь учебный курс в целом достигнут цели, если изначально определено, какие знания и навыки студент должен приобрести. Исходя из этого, целесообразно использовать разные мнемонические приемы, включая шрифтовые выделения, использование графики, рисунков и мультипликации. Для этой цели имеет смысл усилить обобщение выводов: включить сводку основных формул, сформулировать основные положения, составить таблицы. Текст желательно тщательно отредактировать, чтобы не вносить в него в дальнейшем больших изменений. Окончательно отредактированный текст преобразуется в гипертекст.

Параллельно с написанием текста курса проводится работа над сценарием мультимедиа составляющей курса. Сценарий мультимедиа подразумевает подробный перечень соответствующих компонентов и тем курса, а также предварительное описание его структуры, которая будет реализовываться в дальнейшем. Сюда относятся: описание анимационных, аудио - и видео фрагментов, иллюстраций, и т.п. Написание сценария производится с учетом возможностей выбранного программного обеспечения и имеющихся исходных материалов.

На основном этапе выполняются работы по непосредственному созданию курса (ЭКУ). Содержание при этом должно превалировать над формой его представления. Форма представления материала должна быть как можно более строгой. Страница не должна содержать лишней информации (графической или текстовой), которая могла бы отвлечь внимание читающего. Фон должен быть монотонным, но

необязательно белым. Предпочтительно использование светлого фона, при этом текст должен быть написан темным цветом, например, черным или темно-синим. Не стоит использовать темный фон и светлый шрифт - это будет утомлять глаза читателя. При подборе гарнитуры шрифта следует исходить из того, что читаемость текста, написанного гарнитурой без серифов (засечек), выше, чем текста, написанного гарнитурой с засечками. При этом следует полностью отказаться от использования мелких размеров шрифтовых гарнитур. При включении в программу графических изображений нужно учитывать, что страницы будут просматриваться в системах с разным графическим разрешением и глубиной цвета, и ориентироваться на аппаратные средства, доступные большинству потенциальных пользователей обучающей программы. Использование графических форматов, поддерживающих сжатие изображения (GIF, JPEG и т.п.), позволит сократить общий объем обучающей программы.

Анимация предоставляет практически неограниченные возможности по имитации ситуаций и демонстрации движения объектов, позволяющие передать зрителю визуальное выражение фрагментов текста и звука. Существует множество программных средств создания двухмерной (2D) и трехмерной (3D) анимации для разных компьютерных платформ: персональных компьютеров и графических станций. Для создания видеофрагментов используются программно-технические комплексы компьютерного видеомонтажа. При этом желательно заранее подготовить библиотеки изображений и звуков, которые могут понадобиться при монтаже. Основную нагрузку по обеспечению качества монтажа несет программное обеспечение. Целесообразно использование, например, таких пакетов как Adobe Premiere 4.0 и Video Studio 2.0. Одним из элементов, активно влияющих на восприятие материала, является звук. Звук может присутствовать в виде фраз, произносимых диктором, диалога персонажей или звукового сопровождения видеофрагмента. Для работы со звуком используют различное программное обеспечение, позволяющее проигрывать, записывать, а также синтезировать звуки.

Создание различных элементов мультимедиа-курсов может осуществляться параллельно. Их объединение происходит на

завершающем этапе. Курс распределяется на темы, формируется система гипертекстовых ссылок. Большие объемы информации, характерные для учебных мультимедиа курсов, станут доступными только при наличии продуманного интерфейса и системы навигации.

После проведения завершающего этапа происходит тестирование и доработка курса. Прошедший тестирование мультимедиа-курс должен быть зарегистрирован как интеллектуальная собственность. При этом необходимо учесть авторские права коллектива разработчиков, принимавших участие в создании мультимедиа-курса.

Представляется полезным сопровождение курса после его тиражирования, разумеется, только для "легальных" пользователей: оперативное устранение возможных ошибок, поставка новых дополнительных модулей, обновление справочной информации и т.п.

Список используемой литературы:

1. Ланкин В., Григорьева О. Электронный учебник: возможности, проблемы, перспективы. // Высшее образование в России, 2008, №2.
2. Полат Е.С. и др. Современные педагогические и информационные технологии в системах образования [Текст]: учебное / Полат Е.С. и др.; Полат Е.С. и др..- Москва: АКАДЕМИЯ, 2007
3. Кузнецов А.А. Сергеева Т.А. Компьютерная программа и дидактика // Информатика и образование. - 2006, №2.

Андрей Третьяков
Московский государственный областной университет
Москва, Российская Федерация

К ВОПРОСУ ОБ ЭТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПАХ ЭКСПЕРТИЗЫ В ОБРАЗОВАНИИ: СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД

Анотація. *У статті розглядається етика експертизи в освіті як освітній феномен. Відзначено модернізаційні компоненти в сучасній освіті, що впливають на формування нових підходів в професійній етиці експерта в сфері освіти. Виявлено принципи етики експерта в галузі освіти. Акцентується увага на педагогічних інноваціях, службовці одними з базових компонентів організації етики експертизи в галузі освіти.*

Ключові слова. *Етика, експертиза в освіті, модернізація, підготовка експертів в освіті, інновації.*

Аннотация. *В статье рассматривается этика экспертизы в образовании как образовательный феномен. Отмечены модернизационные компоненты в современном образовании, влияющие на формирование новых подходов в профессиональной этике эксперта в сфере образования. Выявлены принципы этики эксперта в области образования. Акцентируется внимание на педагогических инновациях, служащие одними из базисных компонентов организации этики экспертизы в области образования.*

Ключевые слова. *Этика, экспертиза в образовании, модернизация, подготовка экспертов в образовании, инновации.*

Annotation. *The article examines the ethics of expertise in education as an educational phenomenon. Modernization components in modern education that influence the formation of new approaches in the professional ethics of an expert in the field of education are noted. The principles of ethics of the expert in the field of education are revealed. Attention is focused on pedagogical innovations, serving as one of the basic components of the organization of ethics of expertise in the field of education.*

Keywords. *Ethics, expertise in education, modernization, training of experts in education, innovation.*

Ключевым направлением современного этапа политического и социально-экономического развития Российской Федерации обозначена модернизация.

Цель модернизации образования состоит в создании механизма устойчивого развития системы образования, обеспечения её соответствия вызовам XXI века, социальным и экономическим потребностям развития страны, запросам личности, общества, государства.

В общественных науках сегодня не сформировано однозначного взгляда на понятие «модернизация». Исследованию содержания данного термина уделялось внимание на протяжении последнего столетия. История научного анализа процессов трансформации традиционного общества в современное, рассматриваемых как модернизационные, ведёт свое начало от работ М. Вебера. Теоретическим осмыслением процессов модернизации занимались такие ученые, как Д. Белл, Э. Тоффлер, Ж. Фурастье, В. Л. Иноземцев, В. А. Ядов. Проблемы современной модернизации России рассматриваются в работах А. С. Ахиезера, А. Г. Вишневского, И. В. Гладкой, Т. И. Заславской, Ю. А. Левады, А. С. Панарина, С. А. Писаревой, В. В. Радаева, А. П. Тряпицыной, Е. Г. Ясина и ряда других [1, 2].

Отметим, что новые требования к качеству образования, выраженные в новых федеральных государственных образовательных стандартах (ФГОС), утверждение профессионального стандарта педагога предполагают необходимость изменения в организации, содержании и технологиях, и масштабе подготовки педагогов, в том числе экспертов в сфере образования, а также соблюдения норм и принципов этики экспертирования в сфере образования.

Не менее важен тот факт, что в условиях современной образовательной парадигмы большое внимание уделяется вопросам оценивания и экспертирования той или иной педагогической и образовательной деятельности.

Итак, этика [лат. ethica<гр. ethos – обычай, характер] – это совокупность принципов и норм поведения, принятых в данной эпохе и в данной социальной среде; учение о морали, нравственности;

система норм, мораль какой-либо общественной группы или профессии [3].

По мнению С. Л. Братченко, «экспертиза» в образовании – это особый способ изучения действительности, который позволяет увидеть и понять то, что нельзя просто измерить или вычислить, который осуществляется компетентными и независимыми специалистами (экспертами) и в котором именно субъективному мнению и ответственному решению экспертов придаётся решающее значение [4].

Итак, на наш взгляд, проблема этики экспертизы в образовании обусловлена: особенностью понимания науки в современном наукознании (не только система знаний, но и деятельность людей); гуманитарным характером педагогической науки (множественность решений, «субъективность»); сменой педагогических парадигм (ориентация на индивидуальность, множественность практических решений).

Выделим принципы и правила профессиональной этики эксперта в образовании.

Принципы: компетентности; независимости; осведомлённого согласия; объективности и беспристрастности эксперта; упреждения незаконных действий экспертируемых; конструктивности и эмоционального комфорта; ненанесения ущерба; сочетания открытости и конфиденциальности.

Рассмотрим более подробно каждой из принципов.

Принцип компетентности – эксперт берётся за решение тех вопросов, в которых профессионально осведомлен и имеет личный опыт. Данный принцип включает в себя правила: открытого признания пределов своей компетентности; сотрудничества с компетентными коллегами; научности и обоснованности результатов экспертизы; адекватности технологии проведения экспертизы и применяемых методов целям и задачам экспертизы.

Принцип независимости – эксперт не должен быть связан с заказчиком отношениями подчинённости (подконтрольности). Правила: принятия ответственности; противодействия давлению; дистанции в профессиональном общении.

Принцип компетентности – эксперт берётся за решение тех вопросов, в которых профессионально осведомлён и имеет личный опыт. Среди правил данного принципа можно отметить: правило открытого признания пределов своей компетентности; правило сотрудничества с компетентными коллегами; правило научности и обоснованности результатов экспертизы; правило адекватности технологии проведения экспертизы и применяемых методов целям и задачам экспертизы.

Принцип осведомлённого согласия – все участники экспертизы должны быть осведомлены о целях, средствах, предполагаемых результатах и возможных последствиях экспертизы. Присутствуют правило обозначения результатов и последствий экспертизы и правило обязательности получения согласия.

Принцип объективности и беспристрастности эксперта – отсутствие предвзятого отношения к объекту экспертизы, формулирование выводов только в соответствии с установленными фактами. Среди правил принципа можно выделить правила полноты экспертного исследования; подчинения субъективного впечатления объективным данным; противостояния любым действиям экспертируемых, направленных на изменение объективных выводов эксперта; адекватности экспертизы её целям и объекту; обоснованности действий эксперта.

Принцип упреждения незаконных действий экспертируемых – эксперт устанавливает законные нормы и правила экспертизы. Правила: извещения экспертируемых об этических принципах и правилах экспертной деятельности; информирования экспертируемых о технологии проведения экспертизы, необходимых действиях экспертируемых и материалах, которые необходимо предоставить, а также о критериях и показателях экспертизы; информирования о содержании материалов экспертизы

Принцип конструктивности и эмоционального комфорта – всемерное содействие созданию атмосферы сотрудничества и взаимопонимания. В рамках данного принципа мы выделяем правила: перспективы; эмоционального комфорта; доступности языка экспертизы; взаимоуважения эксперта и экспертируемых;

сотрудничества эксперта и экспертиремых (налаживание контакта, соблюдение норм профессионального общения); корректного решения конфликтных ситуаций.

Принцип ненанесения ущерба – организация экспертизы таким образом, чтобы не был нанесён какой-либо вред здоровью, психологическому состоянию, социальному положению объекта экспертизы, включающий правила: безопасности экспертных методик; исключения некорректного использования результатов экспертизы; соблюдения авторских и смежных прав.

Принцип сочетания открытости и конфиденциальности – эксперт обязан обеспечить гласность и открытость экспертизы, с одной стороны, а с другой – сохранить в тайне информацию, оглашение которой может нанести ущерб. Среди правил можно выделить следующие: правило открытости процедуры, методов и средств экспертизы; правило конфиденциальности информации, не имеющей отношения к целям и задачам экспертизы; правило использования материалов экспертизы в публикациях; правило некомпрометации эксперта и экспертируемых.

Не менее важен тот факт, что в рамках экспертного заключения необходимо придерживаться принципам и нормам этики экспертизы в образовании. Итак, рассмотрим примерный критериально-показательный аппарат экспертного заключения, рекомендуемый ведущими учёными-педагогами и практиками РГПУ им. А. И. Герцена.

Отметим критерии: компетентность; осведомлённое согласие; конструктивность и эмоциональный комфорт; объективность и беспристрастность; ненанесение ущерба; открытость и конфиденциальность [5, 6].

Таким образом, этика экспертизы в образовании является очень важным элементом становления экспертизы в системе российского образования. Именно формирование компетенций в сфере этических принципов при подготовке экспертов образовании может способствовать инновационной подготовке будущих экспертов в образовании. Понимание и применение данного вопроса на практике сегодняшними обучающимися магистерской программы «Экспертиза в образовании» закладывает рад метапредметных компетенций,

необходимых для социально-профессионального становления эксперта в образовании.

Литература

1. Алексеева Т. Б. Социокультурные практики в современном образовательном процессе / Т. Б. Алексеева // Развитие педагогической науки в современной России: результаты исследований аспирантских школ. – Санкт-Петербург, 2013. – С. 124-127.

2. 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.

3. Гуджатуллаева Е. М. Анализ тенденций модернизации высшего профессионального образования в России / Е. М. Гуджатуллаева // Вестник Чувашского университета. – 2011. – № 1. – С. 350-358.

4. 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.

5. Организация самостоятельной работы студентов по педагогике: развитие профессиональных компетенций / Т. Б. Алексеева, Б. У. Богданова, И. В. Гладкая [и др.]. – Т. 3. – Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2009. – 166 с. – (Учебно-методический комплекс).

6. Третьяков А. Л. Экспертиза в образовании: результаты библиометрического анализа публикаций / А. Л. Третьяков // Непрерывное педагогическое образование в современном мире: от исследовательского поиска к продуктивным решениям: образовательные и профессиональные стандарты в обеспечении готовности выпускника к профессиональной деятельности в сфере образования: сб. ст. по матер. Всерос. науч. конф. с междунар. участием, 14 апр. 2016 г. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 325-331.

Неля Лєсовець
ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»,
м. Старобільськ, Україна

ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ, БІБЛІОТЕЧНОЇ ТА АРХІВНОЇ СПРАВИ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

У статті обґрунтовуються педагогічні засади підготовки фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи в умовах інформатизації сучасного суспільства.

В статье обосновываются педагогические основы подготовки специалистов по информационному, библиотечному и архивному делу в условиях информатизации современного общества.

In the article pedagogical bases of training of specialists in information, library and archive business in the conditions of Informatization of the modern society.

В умовах сьогодення завдяки розширенню процесу інформатизації суспільства набувають усе більшого застосування інформаційні технології для опрацювання, зберігання та поширення інформації, особливо це стосується формування знань майбутніх фахівців. Бурхливий розвиток засобів інформатизації (комп'ютерних комунікацій, різних електронних пристроїв, інформаційних технологій та систем) надає нові можливості використання сучасних інформаційних технологій у навчальному процесі, що робить його більш ефективним, дає змогу раціонально використовувати навчальний час при підготовці фахівців у ВНЗ.

Завдяки залученню інтеграційних процесів в системі вищої освіти протягом останніх років прослідковується характерна тенденція до посилення інноваційності у сфері професійної підготовки нової генерації майбутніх фахівців у галузі інформаційної, бібліотечної та архівної справи (далі ІБАС).

Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасні інформаційні технології орієнтовані на використання широкого кола технічних засобів та засобів комунікації, які дозволяють збирати, зберігати та опрацьовувати інформацію в сучасному інформаційному освітньому просторі. Основою суачсних інформаційних технологій є мережева комп'ютерна техніка, інтегроване програмне забезпечення та

засоби комунікації, які дозволяють не тільки автоматизувати процеси зміни форми й розміщення інформації, а й модифікувати її зміст.

Завдання дослідження – схарактеризувати навчальні технології, здатні оптимізувати процес формування майбутнього фахівця з ІБАС.

На нашу думку, інформатизація суспільства вимагає фахівців, підготовлених з допомогою новітніх інформаційних технологій у результаті вдосконалення сучасної системи освіти у ВНЗ. До того ж, реформування сучасної освіти здійснюється в умовах бурхливого розвитку інформаційних технологій та систем. У зв'язку з цим здійснюється інформатизація освіти, що становить впорядковану сукупність взаємопов'язаних організаційно-правових, соціально-економічних, навчально-методичних, науково-технічних, виробничих та управлінських процесів, спрямованих на задоволення освітніх інформаційних, обчислювальних і телекомунікативних потреб учасників навчально-виховного процесу [1, 3].

Незаперечним є твердження, що сьогодні постає необхідність формування майбутнього фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи з високим творчим потенціалом, професіонала, здатного вирішувати різноманітні виробничі проблеми у професійній діяльності, віднаходити нові рішення та вміти їх раціонально застосовувати. Такий фахівець з ІБАС повинен володіти сучасними інформаційними технологіями та активно їх запроваджувати у процесі ділової комунікації відповідно до конкретної виробничої ситуації.

Зауважимо, що вирішення висунутих завдань можливе лише за умови, якщо під час підготовки майбутніх фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи у закладах вищої освіти буде забезпечено високий рівень професійної підготовки, яка сприятиме вирішенню складних проблем у галузі документаційного забезпечення управління.

Документом, що зумовив значні зміни в підготовці фахівців з ІБАС, є постанова Кабінету Міністрів України № 226 від 20.04.2015 р. „Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти" (уведено в дію 01 вересня 2015 року). Так, освітній напрям 2.060102 „Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія" інтегровано зі спорідненим напрямом підготовки фахівців у галузі архівознавства та інформаційної діяльності, що зумовило появу нової інтегрованої спеціальності – 029 „Інформаційна, бібліотечна та архівна справа" [3].

Елементом розвитку вищезазначеної спеціальності є постійне вдосконалення її навчальних планів (рівень кваліфікації – бакалавр, магістр), наповнення яких відзначено уведенням освітніх компонентів професійної і практичної підготовки, що містять такі дисципліни: „Документознавство”, „Діловодство”, „Аналітико-синтетична обробка документної інформації”, „Ділове мовлення та редагування службових документів”, „Інформаційно-бібліографічні системи”, „Організація роботи служби ДЗУ”, „Спеціалізовані системи документації”, „Використання нових інформаційних технологій”, „Книгознавство”, „Організація сучасної ділової комунікації” та ін.

„Професійна та практична” складова навчального плану доповнюється варіативною частиною – дисциплінами вибіркового освітнього компонента, серед яких – „Професійна комунікація”, „Кореспонденція та діловодство”, „Документні ресурси”, „Операційні системи та периферійні пристрої”, „Програмне забезпечення локальних мереж” та ін.

Педагогічні основи підготовки фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи – це вихідні найголовніші положення, що визначають загальний підхід до обґрунтування концепції навчально-виховного процесу їх підготовки. Вони базуються на такому:

– результатах вивчення та прогнозування структури соціальної та виробничої діяльності фахівців відповідно до потреб ринку праці;

– вимогах до фахівця, згідно з якими визначається зміст освіти в цій галузі [2].

Ми вважаємо, що основною перевагою навчання засобами інформаційних технологій фахівців з ІБАС є вміння самостійно працювати з різними видами інформації, гарно орієнтуватися в сучасному інформаційному просторі. Незаперечним є факт, що застосування сучасних інформаційних технологій у навчальному процесі майбутніх фахівців з ІБАС у ВНЗ пов’язане з численними труднощами. Зокрема, процес упровадження інформаційних технологій у навчальну діяльність потребує постійної роботи викладачів над удосконаленням навчального матеріалу, зокрема навчально-методичний комплекс має містити: завдання та методичні вказівки до виконання практичних та лабораторних робіт; електронні навчальні матеріали; розроблені контрольні модульні роботи; доступ

до довідкових матеріалів; підсумкові тестові завдання; кейс-завдання тощо.

Реалії сьогодення вплинули сприяли запровадженню у ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка" системи дистанційного навчання moodle. Викладачі ВНЗ постійно вдосконалюють навчальний процес, зокрема, сьогодні все більшого застосування набувають не лише електронні лекції, а відеолекції, різні види вебінару, а саме: навчальний, інформаційний, консультаційний, вебінар-тренінг тощо.

Зауважимо, що застосування сучасних інформаційних технологій має за мету гуманізувати сучасне освітнє середовище та спонукати студентів до самонавчання та самоосвіти. Використання інформаційних технологій має за мету перетворювати процес навчання в можливість отримання практичних результатів, зокрема формування усебічно розвиненої особистості фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи. У цьому випадку інформаційні технології постають системою, центральною складовою якої є не лише учасники педагогічного процесу, але й засоби та методи організації навчального процесу студентів. Це сприяє ефективності навчальної діяльності, безпосередньому засвоєнню знань та формування вмінь і навичок майбутніх фахівців з ІБАС.

Таким чином, одним із пріоритетних напрямів інформатизації закладів вищої освіти є вдосконалення системи підготовки фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи, здатних здійснювати ефективну діяльність в сучасному інформаційному суспільстві.

Література

1. Гуржій А. М. Аналіз стану комп'ютеризації загальноосвітніх навчальних закладів за 1997 – 2001 роки / А. М. Гуржій, В. Ю. Биков, В. В. Гапон та ін. // Комп'ютер у шк. та сім'ї. – 2002 – № 4. – С. 3 – 7.

2. Дубова С. В. Підготовка фахівців з документно-інформаційного забезпечення державного управління: постановка проблеми / С. В. Дубова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.documentstudy.net.ua/?p=646.

3. Постанова Кабінету Міністрів України № 226 від 20.04.2015 р. «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». URI: http://zakon.rada.gov.ua(10.VII.2016).

Рустам Сариев
Бухарский инженерно-технологический институт,
г. Бухара, Республика Узбекистан

АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ

Анотація: *У статті розглянуті основні аспекти застосування сучасних інформаційних технологій в освіті. Перспективи використання електронних навчальних ресурсів в навчальному процесі.*

Аннотация: *В статье рассмотрены основные аспекты применения современных информационных технологий в образовании. Перспективы использования электронных учебных ресурсов в учебном процессе.*

Annotation: *The article considers the main aspects of the application of modern information technologies in education. Prospects for the use of electronic educational resources in the educational process.*

Современное цивилизованное обществе на этапе информатизации использует информацию и знания в своей деятельности, решая возникающие перед ним задачи. При этом постоянно увеличиваются запасы знаний, опыта, интеллектуальный потенциал, который сосредоточен в книгах, патентах, журналах, отчетах, идеях, с чем мы активно, на современном техническом уровне, сталкиваемся в повседневной производственной, научной, образовательной и других видах деятельности. Поэтому ценность информации и удельный вес информационных услуг в жизни современного общества резко возросли. Это дает основание говорить о том, что главную роль в процессе информатизации играет собственно информация, которая сама по себе не производит материальных ценностей. Под информацией (с общих позиций) будем понимать сведения о фактических данных и совокупность знаний о зависимостях между ними, то есть средство, с помощью которого общество может осознавать себя и функционировать как единое целое. Естественно предположить, что информация должна быть научно – достоверной, доступной в смысле возможности ее получения, понимания и

усвоения; данные, из которых информация извлекается, должны быть существенными, соответствующими современному научному уровню.

Информационная среда включает множество информационных объектов и связей между ними, средства и технологии сбора, накопления, передачи, обработки, продуцирования и распространения информации, собственно знания, а также организационные и юридические структуры, поддерживающие информационные процессы. Общество, создавая информационную среду, функционирует в ней, изменяет, совершенствует ее.

Интенсивное развитие процесса информатизации образования влечет за собой расширение сферы применения современных информационных технологий. В настоящее время можно уже вполне определенно выделить успешно и активно развивающиеся направления их использования:

– реализация возможностей программных средств учебного назначения (проблемно-ориентированных, объектно-ориентированных, предметно-ориентированных) в качестве средства обучения, объекта изучения, средства управления, средства коммуникации, средства обработки информации.

– интеграция возможностей сенсорики, средств для регистрации и измерения некоторых физических величин, устройств, обеспечивающих ввод и вывод аналоговых и дискретных сигналов для связи с комплектом оборудования, сопрягаемого с ЭВМ, и учебного, демонстрационного оборудования при создании аппаратно-программных комплексов.

Использование таких комплексов предоставляет обучаемому инструмент исследования, с помощью которого можно осуществлять регистрацию, сбор, накопление информации об изучаемом или исследуемом реально протекающем процессе; создавать и исследовать модели изучаемых процессов; визуализировать закономерности процессов, в том числе и реально протекающих; автоматизировать процессы обработки результатов эксперимента; управлять объектами реальной действительности. Применение этих комплексов, учебного, демонстрационного оборудования позволяет организовывать экспериментально-исследовательскую деятельность – как

индивидуальную (на каждом рабочем месте), так и групповую, коллективную с реальными объектами изучения, их моделями и отображениями. Это обеспечивает широкое внедрение исследовательского метода обучения, подводящего учащегося к самостоятельному «открытию» изучаемой закономерности, способствует актуализации процесса усвоения основ наук, развитию интеллектуального потенциала, творческих способностей.

– интеграция возможностей компьютера и различных средств передачи аудиовизуальной информации при разработке видео-компьютерных систем и систем мультимедиа.

Эти системы представляют собой комплекс программно-аппаратных средств и оборудования, который позволяет объединять различные виды информации (текст, рисованная графика, слайды, музыка, реалистические изображения, движущиеся изображения, звук, видео) и реализовывать при этом интерактивный диалог пользователя с системой. Использование видео- компьютерных систем и систем мультимедиа обеспечивает реализацию интенсивных форм и методов обучения, организацию самостоятельной учебной деятельности, способствует повышению мотивации обучения за счет возможности использования современных средств комплексного представления и манипулирования аудиовизуальной информацией, повышения уровня эмоционального восприятия информации.

– реализация возможностей систем искусственного интеллекта при разработке так называемых интеллектуальных обучающих систем (Intelligent Tutoring Systems) типа экспертных систем, баз данных, баз знаний, ориентированных на некоторую предметную область.

Использование возможностей систем искусственного интеллекта создает веские предпосылки для организации процесса самообучения; формирует умения самостоятельного представления и извлечения знаний; способствует интеллектуализации учебной деятельности; инициирует развитие аналитико-синтетических видов мышления, формирование элементов теоретического мышления. Все это является основой интенсификации процессов развития личности обучаемого.

– использование средств телекоммуникаций, реализующих информационный обмен на уровне общения через компьютерные сети

(локальные или глобальные), обмен текстовой, графической информацией в виде запросов пользователя и получения им ответов из центрального информационного банка данных.

Телекоммуникационная связь позволяет в кратчайшие сроки тиражировать передовые педагогические технологии, способствует общему развитию обучаемого.

– новая технология неконтактного информационного взаимодействия, реализующая иллюзию непосредственного вхождения и присутствия в реальном времени в стереоскопически представленном «экранном мире» - система «Виртуальная реальность».

Использование этой системы позволяет обеспечить аудиовизуальный и тактильный контакт между пользователем и стереоскопически представленными объектами виртуальной реальности при наличии обратной связи и использовании средств управления.

Перспективами использования системы «Виртуальная реальность» в сфере образования являются: профессиональная подготовка будущих специалистов в областях, в которых необходимо стереоскопически представлять изучаемые или исследуемые объекты: стереометрии, черчению, инженерной графике, машинной графике, организация досуга, развивающих игр, развитие наглядно-образного, наглядно-действенного, интуитивного, творческого видов мышления.

Процесс информатизации образования и связанное с этим использование возможностей средств новых информационных технологий в процессе обучения приводит не только к изменению организационных форм и методов обучения, но и к возникновению новых методов обучения.

Таким образом, в связи с развитием процесса информатизации и образования изменяется объем и содержание учебного материала, происходит переструктурирование программ учебных предметов (курсов), интеграция некоторых тем или самих учебных предметов, что приводит к изменению структуры и содержания учебных предметов (курсов) и, следовательно, структуры и содержания образования.

Параллельно этим процессам происходит внедрение инновационных подходов к проблеме уровня знаний учащихся, основанных на разработке и использовании комплекса компьютерных тестирующих, диагностирующих методик контроля и оценки уровня усвоения.

Изучение отечественного и зарубежного опыта использования электронных средств обучения, а также теоретические исследования в области проблем информатизации образования позволяют констатировать, что включение компьютера в учебный процесс оказывает определенное влияние на роль средств обучения, используемых в процессе преподавания того или иного курса, а само применение средств новых информационных технологий деформирует уже традиционно сложившуюся структуру учебного процесса.

Список используемой литературы:

1. Полат Е.С. и др. Современные педагогические и информационные технологии в системах образования [Текст]: учебное / Полат Е.С. и др.; Полат Е.С. и др..- Москва: АКАДЕМИЯ, 2007
2. Кузнецов А.А. Сергеева Т.А. Компьютерная программа и дидактика // Информатика и образование. - 2006, №2.
3. Информационные технологии в сфере образования.- М.: Янус-К, 2004.- 248 с.: ил.

Андрей Третьяков
Московский государственный областной университет
Москва, Российская Федерация

СОВРЕМЕННОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД В КОНТЕКСТЕ ТРЕБОВАНИЙ XXI ВЕКА

Анотація. *У статті автор акцентує увагу на феномен виховної системи, яка розглядається як найважливіше умови спроможності і стабільності сучасної дошкільної освіти. Значну увагу приділено терминологическому апарату даної проблематики. Описано риси виховної системи. Наведено особистісно-орієнтований підхід у вихованні дітей дошкільного віку. Виявлено стилі особистісно-орієнтованої моделі, використовувані в роботі з дошкільнятами. Наголошено на необхідності детального дослідження даної проблематики.*

Ключові слова. *Виховна система, системи дошкільної освіти, інноваційні підходи, стилі роботи, інновації в освіті.*

Аннотация. *В статье автор акцентирует внимание на феномене воспитательной системы, которая рассматривается как важнейшее условия состоятельности и стабильности современного дошкольного образования. Значительное внимание уделено терминологическому аппарату рассматриваемой проблематики. Описаны черты воспитательной системы. Приведён личностно-ориентированный подход в воспитании детей дошкольного возраста. Выявлены стили личностно-ориентированной модели, используемые в работе с дошкольниками. Отмечена необходимость детального исследования рассматриваемой проблематики.*

Ключевые слова. *Воспитательная система, системы дошкольного образования, инновационные подходы, стили работы, инновации в образовании.*

Annotation. *In the article the authors focus on the phenomenon of the educational system, which is considered as the most important condition for the consistency and stability of modern preschool education. Considerable attention is paid to the terminological apparatus of the problem under consideration. The features of the educational system are described. The*

personality-oriented approach in the education of preschool children is given. The styles of the personality-oriented model, used in work with preschool children, are revealed. The need for a detailed study of the problem is noted.

Keywords. *Educational system, preschool education systems, innovative approaches, work styles, innovations in education.*

Понятие «воспитательная система» занимает особое место в ряду терминов педагогической науки. По своему существу оно весьма обширно и включает в себя несколько компонентов.

Прежде всего, конечно воспитательная система тесно связана с самим процессом воспитания, под которым традиционно понимается целенаправленное воздействие на личность, а также передача общественного опыта подрастающему поколению.

Под системой воспитательной работы, как правило, признают систему взаимосвязанных воспитательных событий, приводящих к поставленной цели. В педагогике также существует понятие «дидактическая система», включающая в себя цели образования, его содержание, сам процесс, способы и формы его организации. В этом случае данное понятие рассматривается как подсистема воспитательной системы.

В научной литературе существует несколько определений, при помощи которых исследователи пытаются отразить сущность воспитательной системы. Так, Н. Л. Селиванова, В. А. Караковский предлагают следующую трактовку: «Воспитательная система есть целостный общественный организм, образующийся в ходе взаимодействия ключевых компонентов воспитания (цели, субъекты, их работа, общение, дела, материальная база) и владеющий этими интегративными данными, как стиль жизни коллектива, его психологический климат» [1].

Е. Н. Степанов считает, что главное предназначение воспитательной системы содержится в педагогическом обеспечении. По его мнению, воспитательная система – это упорядоченная целостная совокупность компонентов, взаимодействие которых обусловливает возможность образовательного учреждения содействовать развитию личности обучающихся.

Однозначно все исследователи признают некоторые черты, отличающие специфику воспитательной системы как социально-педагогического явления:

это система общественная и ее функционирование осуществляется согласно с законами социального развития;

это система педагогическая и подразумевает реализацию целого ряда педагогических задач, для решения которых применяются многообразные формы, приемы и методы;

это система ценностно-ориентированная, признающая исключительно гуманистический стиль взаимоотношений между воспитателем и детьми;

это система целостная, состоящая компонентов, связь и взаимодействие которых дает возможность ей работать как единое целое;

это система открытая, имеющая большое количество связей и взаимоотношений с общественной и природной средой;

это система целенаправленная;

это система сложная и много аспектная;

это система саморазвивающаяся и самоуправляемая [2].

Характеризуя внутреннее строение воспитательной системы, ученые высказывают различные точки зрения по поводу составляющих ее компонентов. Это можно объяснить сложностью и полиструктурностью системы. Кроме того, актуальным остается вопрос о том, какие компоненты надлежит считать главными, более весомыми, а какие второстепенными.

В настоящее время существуют различные технологии, системы и модели обучения и воспитания. Личностно-ориентированная модель обучения является тенденцией современных образовательных систем, её основные теоретические выводы хорошо известны, прошли широкую апробацию в образовательной практике.

В работе с дошкольниками используют следующие стили личностно- ориентированной модели используются в работе с дошкольниками:

1. Ситуативно-личностный тип общения присущ для детей двух лет. Для них важно, чтобы воспитатель был ласковым и готовым помочь и защитить. Поэтому ребёнка этого возраста необходимо приласкать, обнять, посидеть рядом просто так... Обмен «приятными

прикосновениями» между вами и ребёнком создадут атмосферу доверия и тепла, расслабленности и покоя. Ситуативно-личностный тип общения – это установление личного контакта с каждым ребёнком индивидуально.

2. Ситуативно-деловой тип общения используется в работе с детьми трёх лет, так как для детей данного возраста важно, чтобы воспитатель был хорошим партнёром по разнообразной деятельности. Здесь обязательно надо работать на равных, а не под руководством воспитателя. Задача этого этапа- заслужить авторитет «человека умелого» в глазах детей.

3. Внеситуативно-деловой тип общения применяется в среднем возрасте, когда взрослый становится авторитетным источником интересной и достоверной информации. Задача этого типа – заслужить авторитет «человека знающего». Но совсем не надо делать вид, что вы знаете всё. Пусть вас не смущает, что на какой-то вопрос вы не знаете ответ немедленно. Дети должны убедиться, что:

вопрос вас заинтересовал;

вы знаете, где и как искать на него ответ;

вы настойчивы в поисках и считаете важным всё-таки найти ответ.

4. В старшем дошкольном возрасте необходимо умение выслушивать доверительные рассказы детей и вступать в личное общение на равных с ребёнком, избегая оценок, а также умение искренне радоваться жизни. Дети в этом возрасте могут быть по-своему замкнутыми и раскрываются только с человеком, которому очень доверяют. Они делятся своими чувствами, переживаниями, мыслями. Этот тип общения – внеситуативно-личностный [5].

Каждый год меняется стиль общения взрослого с детьми, потому что меняется характер потребности ребёнка во взрослом. Но важно помнить, что новая потребность приходит не вместо предшествовавшей, а как добавление к ней.

Личностно ориентированный стиль отношений заложен и в оценке достижений детей. Для детей 2-3 лет любые результаты трудов и усилий необходимо одобрять, только таким путём можно укрепить в ребёнке желание ставить перед собой новые цели. Для детей 4-ёх лет наряду с одобрением необходима и объективная критическая оценка результатов детской деятельности, но обязательно в игровой форме и

от игрового персонажа. Начиная с 5-ти лет воспитатель в доброжелательной форме сравнивает результаты деятельности ребёнка с его предыдущими (например, сравнивает рисунки), но ни в коем случае нельзя сравнивать с результатами деятельности других детей. При этом педагог помогает ребёнку осуществлять сравнение – сопоставление того, что сделано, наметить пути их исправления. Таким образом у детей формируются предпосылки учебной деятельности (самоконтроль и самооценка).

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что содержание современного воспитательного процесса должно служить целям жизни воспитанника и быть связано со становлением мотивационно-потребностной сферы личности дошкольника. К числу основных направлений воспитательной деятельности автор концепции относит организацию разнообразной творческой деятельности детей, создание условий для сохранения и укрепления здоровья, формирование благоприятного нравственно-психологического климата, создание условий для успешного самоутверждения, психолого-педагогическое просвещение и воспитание чувств.

Литература

1. Комарова Т. С. Программа воспитания и обучения в детском саду / Т. С. Комарова [и др.]. – 5-е издание, исправленное и дополненное. – Москва: Мозаика-Синтез, 2009. – 208 с.

2. Рубинчик Ю. С. Коллективные взаимоотношения детей дошкольного возраста / Ю. С. Рубинчик // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 8. – С. 250-252.

3. Третьяков А. Л. Современный ребёнок в дошкольном образовании Российской Федерации: особенности развития и интеграции в обществе знаний / А. Л. Третьяков // Ребёнок в образовании: тематич. сб. матер. Всерос. науч.-практ. конф. 2017 г. – Москва, 2017. – С. 103-106

4. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: https://rg.ru/2013/11/25/doshk-standart-dok.html, свободный. – (Дата обращения: 11.03.2018).

5. Чайчиц Л. И. Современные дошкольные учреждения: воспитательные возможности и перспективы развития: дис. … канд. пед. наук: 13.00.07 / Л. И. Чайчиц. – Москва, 1999. – 151 с.

Наргиза Нажмитдиновна Садулаева,
Санъат Султонович Рахматов
Бухарский инженерно-технологический институт,
Бухара, Узбекистан

АКТИВИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Стаття присвячена підготовці та аналізу самостійної роботи студентів на основі інтернет-технологій в галузі впровадження сучасної освіти.

Ключові слова: *самостійна робота, аналіз вимог, інтернет-технології, студенти, основи, сучасна освіти.*

Статья посвящена подготовке и анализу самостоятельной работы студентов на основе интернет-технологий в области внедрения современного образования.

Ключевые слова: *самостоятельная работа, анализ требований, интернет-технологии, студенты, основы, современная образования.*

The article is devoted to the preparation and analysis of independent work of students on the basis of Internet technologies in the field of introducing modern education.

Key words: *independent work, requirements analysis, Internet technologies, students, fundamentals, modern education.*

Проблема организации личностно ориентированной самостоятельной работы при минимальном прямом воздействии на студентов со стороны преподавателей относится сегодня к числу наиболее актуальных проблем педагогики. В условиях перехода на кредитно-модульную систему обучения самостоятельная работа становится основным источником получения знаний и формирования различных способов деятельности обучающихся. Сегодня в отечественной высшей школе формируются предпосылки для общесистемного(парадигмального) сдвига образования от содержательно-знаниево-предметной(дисциплинарной) к новой, ориентированной на воору-жение личности готовностями и

способностями целенаправленно действовать в соответствии с требованиями дела, методически организовывать и самостоятельно решать задачи, приобретать необходимые для этого знания, а также самооценивать результаты своей деятельности. Все это составляет основу компетентностного подхода в образовании.

Одним из средств организации самостоятельной работы в контексте компетентностной парадигмы образования является использование Интернет-технологий. Образовательные Интернет-ресурсы заключают в себе значительные возможности для активации познавательной деятельности студентов, формирования их информационной культуры, навыков исследовательской и аналитической деятельности, а также умений самостоятельно принимать решения. Важнейшим фактором, обусловливаю-щим эффективность использования Интернет-ресурсов для организации самостоятельной работы студентов, является значительная привлекательность виртуальной образовательной среды для подавляющего числа студентов.

Нами было проведено исследование, направленное на изучение организационно-педагогических условий организации самостоятельной работы студентов средствами Интернет-технологий.

В процессе самостоятельной работы происходит выполнение различных заданий учебного, производственного, исследовательского и самообразовательного характера, выступающих как средство усвоения системы профессиональных знаний, способов познавательной и профессиональной деятельности, формирования навыков и умений творческой деятельности и профессионального мастерства.

Самостоятельной работы студентов присущи следующие характеристики:

1) она вырабатывает у студента психологическую установку на систематическое пополнение своих знаний и выработку умений ориентироваться в потоке научной информации;

2) является важнейшим условием самоорганизации обучающегося в овладении методами профессиональной деятельности, познания и поведения;

3) является орудием педагогического руководства и управления самостоятельной познавательной и научно-производственной деятельностью студента в процессе обучения и профессионального самоопределения.

Исходя из этого, самостоятельная работа может рассматриваться как один из видов познавательной деятельности, направленной на общеобразовательную и специальную подготовку студентов и управляемую преподавателем.

Особый интерес для нас представляет самостоятельной работы студентов с использованием информационных технологий. Сегодня в условиях всемирной глобализации развитие информационных технологий приводит к образованию новых инновационных образовательных технологий, обеспечивающих соответствие реалиям информационного общества.

Современный учебный процесс невозможно представить без поддержки средствами информационных технологий, которые призваны способствовать повышению качества обучения.

Различные средства информационных технологий расширяют возможности студента, оптимизируют изучение дисциплин, делают его увлекательным процессом открытия неизведанного мира. Информационные технологии позволяют использовать как основу для самостоятельной работы студентов не только печатную продукцию учебного или исследовательского характера, но и электронные издания, ресурсы сети Интернет — электронные базы данных, каталоги и фонды библиотек, архивов и т. д. Организация индивидуальной или групповой самостоятельной деятельности студентов предполагает использование новейших педагогических технологий. Её отличительными особенностями можно назвать обучение на основе синтеза объективного мира и виртуальной реальности посредством активизации, в равной степени, как сферы рационального сознания, так и сферы бессознательного.

Сетевая методология обеспечивает переход в производстве знания: от знания того, что было, к знанию того, что еще никогда не было. Поскольку одним из важнейших резервов повышения эффективности высшего образования является оптимизация самостоятельной работы студентов, то в условиях информатизации образования и ограниченного количества учебных часов, отведенных на изучение дисциплин, высококачественная подготовка специалиста возможна лишь в том случае, если основной упор при обучении сделан не столько на аудиторные занятия, сколько на самостоятельную деятельность студентов, грамотно объединенную с современными информационными технологиями в целом и Интернет-технологиями, в частности.

Эти факторы приводят к необходимости активного использования Интернет-ресурсов в образовании. Самостоятельная работа в данном случае строится таким образом, что дает возможность студенту выполнять учебные задачи в любом удобном ему месте с точкой доступа в Интернет. Внеаудиторный вариант интеграции Интернет-технологий позволяет реализовать ряд задач:

1) учитывать индивидуальные особенности студентов, предоставляя им большую свободу во времени и информационном пространстве для действий;

2) минимизировать техническую сложность поставленных задач путем учета уровня владения компьютером и навыков работы в Интернете студентов;

3) оптимально интегрировать формы использования Интернет-технологий обучения с учетом основных аспектов учебного процесса при обучении иностранному языку с минимальными затратами;

4) научить студента быть более ответственным за свои собственные знания, поскольку он должен уметь организовать собственное время, решить, какая информация может быть использована для выполнения задания, в какой форме представить свою точку зрения.

Опыт реализации теории сетевого образования в организации самостоятельной работы студентов показал, что заметно повышается

потребность студентов в поиске информации, в использовании достаточно большого количества источников информации с целью ее оценки и выбора значимой, потребность в овладении программными продуктами, способность актуализировать и применять имеющиеся знания в новых условиях. Все вышеуказанное позволяет сделать образование удобным, доступным, гибким и мобильным.

Литература

1. Новикова А.А. Особенности организации самостоятельное работы студентов средствами интернет-технологий // Материалы YIII Международной конференции-выставки «Информационные технологии в образовании». – Владикавказ, 2009. – С. 271–274.
2. Сплавская Н.В. Активизация самостоятельной работы студентов средствами интернет-технологий в условияхреализации теории сетевого образования //Научно-практический журнал «Гуманизация образования» № 6/2012
3. Вихман Виктория Викторовна. Оценка и анализ эффективности применения информационных технологий в образовании: Автореферат дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01: Новосибирск, 2004.
4. Берулава, Г.А. Инновационная сетевая парадигма обучения и воспитания студентов в условиях современного информационного пространства [Текст] / Г.А. Берулава // Гуманизация образования. 2010. № 4.

Андрей Третьяков
Московский государственный областной университет
Москва, Российская Федерация

ИНФОРМАЦИОННАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОСТИ: НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Анотація. *У даній статті дослідником розглядається соціокультурний феномен інформаційної компетентності. Відзначаються характерологічні риси інформаційної компетентності. Значна увага приділяється сучасним трендам інформаційного суспільства. Підкреслюється необхідність зміни освітньої традиції на нові педагогічні рейки. Відзначається важливість і необхідність впровадження інформаційно-телекомунікаційних технологій в практику і діяльність сучасної цивілізації.*

Ключові слова. *Інформаційна компетентність, соціокультурний феномен, формування, сучасний освітній простір, інформаційно-телекомунікаційні технології.*

Аннотация. *В данной статье исследователем рассматривается социокультурный феномен информационной компетентности. Отмечаются характерологические черты информационной компетентности. Значительное внимание уделяется современным трендам информационного общества. Подчёркивается необходимость смены образовательной традиции на новые педагогические рельсы. Отмечается важность и необходимость внедрения информационно-телекоммуникационных технологий в практику и деятельность современной цивилизации.*

Ключевые слова. *Информатизация образования, информационное обеспечение образовательной сферы, информационная компетентность.*

Annotation. *In this article, the researcher examines the socio-cultural phenomenon of information competence. Characteristic features of information competence are noted. Considerable attention is paid to modern trends in the information society. The need to change the educational tradition to new pedagogical races is underlined. The importance and*

necessity of introduction of information and telecommunication technologies in practice and activity of modern civilization is noted.

Keywords. *Information competence, socio-cultural phenomenon, formation, modern educational space, information and telecommunication technologies.*

Трансформационные процессы глобализации и информатизации охватили все сферы общества начала XXI в. Лавинообразные информационные потоки, в которые погружена жизнь наших современников, привносят постоянные изменения и неопределенность в систему социальных взаимодействий. Утилизация информации, выполняющей в обществе новые экономические, политические и культурные функции, осуществляется посредством конструирования, интенсификации и распространения новых каналов межличностной и массовой коммуникации, которые обходят барьеры пространственно-временных ограничений. Технологическим, социальным и культурным основанием этих процессов выступает широкое применение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), и в первую очередь, компьютера и Интернета. Важнейшим способом адаптации, самореализации и гармонизации жизнедеятельности людей к условиям информационной неопределенности и нестабильности является овладение ими информационной культурой. Составляющие ее ценности, нормы и модели поведения способствуют появлению новых форм социальности индивидов и выстраиванию новой среды социальной мобильности, позволяя нашим современникам найти «точку опоры» в водовороте постоянных изменений окружающей действительности и полноценно реализовать свой профессиональный, гражданский и личностный потенциал. Приоритетной задачей обеспечения устойчивого общественного развития является институционализация направленной трансляции информационной культуры в системе непрерывного образования. Особенно важна интернализация ее ценностных норм и ориентаций молодежью, активность которой по формированию и реализации эффективной жизненной стратегии в условиях информационного общества гарантирует преемственность социально-экономического прогресса [1].

Информационная компетентность, понимаемая как способность находить информацию с помощью современных технических средств, а также хранить, перерабатывать и применять ее, правомерно рассматривается как необходимое свойство человека информационной эпохи. Вместе с тем, формирование информационной компетентности, ориентированное «на результат» − быстрое извлечение необходимой информации, − оставляет в стороне вопрос развития собственно интеллектуальных способностей человека, отдавая приоритет умению работать с памятью компьютеров и пользоваться машинными вычислениями [2].

Развитие общества диктует необходимость периодической модернизации образования и, как следствие, изменение его ценностного содержания. Растет интеллектуальная неудовлетворенность доминирующим подходом к образованию лишь как сфере воспроизводства человека. В этих условиях становится актуальным поиск новых идей и подходов к современному институту образования, каждый этап реформирования которого связан не только с внутренней логикой развертки идей, но имеет отчетливо выраженную социокультурную размерность. Сегодня одной из таких ключевых проблем является разработка и реализация модели компетентностного подхода в образовании, с которым связывается возможность придания нового импульса образованию, и, как следствие, его реализации в образовательных практиках, обеспечение развития инновационной экономики. В этой связи компетентностная модель образования транзистирует с цивилизационно-культурной системой новой формы организации и функционирования общества [3].

Современный этап развития меняет сложившуюся образовательную традицию. Система современного образования оказалась перед необходимостью нового самоопределения, что обусловлено фундаментальными изменениями общественной жизни, а также трансформацией и перестройкой оснований науки, связанными с изменениями стиля мышления, с новым типом научной рациональности. Постнеклассический тип научной рациональности расширяет поле рефлексии над деятельностью, предполагает

соотнесенность знаний об объекте не только со средствами и операциями деятельности, но и с ценностно-целевыми структурами.

Вопрос о природе и перспективах интеллекта уже более полувека тесно связан с вопросом о перспективах информационно-компьютерных технологий. В середине XX столетия речь шла прежде всего об искусственном интеллекте в его соотнесении с интеллектом естественным, о возможности создания «подлинного искусственного интеллекта». Сегодня предметом обсуждения все чаще становятся изменения в человеческих способностях, происходящие под воздействием компьютеров и коммуникационных технологий.

В 2011 г. широкую общественную известность получили результаты проведенного под руководством Б. Спэрроу исследования изменений памяти человека, связанных с использованием интернета [1]. Эти изменения, характеризуемые как экстернализация («овнешвление») и транзактивизация памяти, выражаются в снижении объемов информации, которую человек считает нужным хранить «в собственной голове», а также в изменении качества хранимой информации. Эксперименты с запоминанием показали, что испытуемые, заранее предупрежденные о том, что предлагаемая им информация не будет в дальнейшем доступна, запоминали ее гораздо лучше, чем те, кто надеялся впоследствии найти ту же информацию с помощью веб-поисковиков. Получила экспериментальное подтверждение гипотеза, согласно которой постоянный доступ к интернету ведет к перестройке памяти – все больше места в памяти занимает информация о том, как найти те или иные данные, а не сами эти данные [4].

Показательно, что на основе подобных исследований могут быть сделаны (и делаются) противоположные выводы относительно того, какие стратегии обучения являются предпочтительными в условиях, когда человек все больше «срастается» с компьютерными сетями. Достаточно распространенной является позиция, согласно которой запоминание как таковое не должно играть существенной роли в современном образовании, − гораздо важнее развивать способности к пониманию и совершенствовать навыки работы с техническими средствами. Радикальные противники подобного подхода,

приверженные классическим идеалам образования, настаивают на необходимости защищать человека от «убийц памяти» (к каковым относят поисковики, блоги, гипертекст), ссылаясь на то, что люди, привыкшие хранить информацию «на кончиках пальцев», будут беспомощны в ситуации, когда откажет интернет [5].

Представляется все же, что ориентация на подготовку людей к жизни без интернета, − впрочем, как и беззаботное отношение к способности человека хранить знания на естественном носителе, – следствие весьма упрощенных подходов к действительно сложной проблеме. Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий ставит нас перед необходимостью переосмысливать в новом контексте давно знакомые понятия и категории, относящиеся к человеческому сознанию.

Таким образом, информационная компетентность представляет собой и социокультурный феномен, который необходимо изучать в русле современных требований и трендов.

Литература

1. Отверченко Л. Ф. Информационно-технологическая компетентность российских школьников в контексте формирования информационной культуры: дис. … канд. социол. наук: 22.00.06 / Л. Ф. Отверченко. – Ростов-на-Дону, 2008. – 208 с.

2. Родермель Т. А. Феномен компетентности в современном образовании: социокультурный аспект: дис. … канд. филос. наук: 24.00.01 / Т. А. Родермель. – Томск, 2011. – 299 с.

3. Третьяков А. Л. Информационные ресурсы школьных библиотек Российской Федерации / А. Л. Третьяков // Управленческое консультирование. – 2017. – № 7. – С. 121-126.

4. Москвина А. С. Значение семьи в развитии и воспитании ребенка / А. С. Москвина // Гуманитарное пространство. – 2015. – Т. 4. – № 5. – С. 724-729.

5. Sparrow B., Liu J., Wegner D. Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of having Information readily available // Science. – 5 August 2011. – Vol. 333. – № 6043.

Рустам Сариев
Бухарский инженерно-технологический институт,
Бухара, Республика Узбекистан

КРИТЕРИИ СОЗДАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ

Анотація: *У статті розглянуті основні критерії створення електронних навчальних посібників. Дидактичні критерії і його складності і труднощі. Критерію модульности при створенні електронних навчальних курсів.*

Аннотация: *В статье рассмотрены основные критерии создания электронных учебных пособий. Дидактические критерии и его сложности и трудности. Критерия модульности при создании электронных обучающих курсов.*

Annotation: *The article considers the main criteria for the creation of electronic teaching aids. Didactic criteria and its complexity and difficulties. The criterion of modularity when creating electronic training courses.*

При разработке сценария мультимедийного электронного курса, конструировании и представлении учебного материала в электронном виде, включая проектирование интерфейса, приходится решать целый ряд методических и технологических задач с учетом особенностей, присущим электронным изданиям. Для оптимизации процесса выполнения этих задач рассмотрим систему конструктивных критериев создания электронных учебных средств, выделяя группы ценностных, дидактических, методических и технологических критериев и их взаимосвязи.

Исходным в процедуре отбора учебного материала является ценностный критерий. Бурное развитие науки и информатизация всех областей деятельности сопровождаются лавинообразным увеличением информации, в результате чего возникает непростая задача по изложению системы знаний изучаемой предметной области, при этом

необходимо отсекать второстепенную информацию и не перегружать учебный материал частными подробностями.

В процессе отбора учебного материала следует учитывать дидактические критерии его сложности и трудности. Сложность может рассматриваться как соотношение опыта учащегося и материала курса в терминах ступеней абстракции обучающего средства и коэффициента научности. Поэтому переход к более высоким уровням абстракции следует соизмерять с подготовленностью учащихся, чтобы избежать непреодолимых препятствий при самостоятельном изучении дисциплины.

Важно соблюдать и другие дидактические критерии: применимости (частоты использования понятий), новизны информации, доступности и пригодности выбираемых форм представления учебного материала. Следует учитывать, что в технологическом аспекте введение большого количества анимированных сцен и сложных объектов приводит к перегрузке учебного материала второстепенной информацией и отвлекают учащихся.

При проектировании электронного пособия также следует обратить внимание на соблюдение такого методического критерия, как объемный критерий учебного материала. В вузовской среде сложилась многолетняя практика планирования объемов учебников, но использование технологии гипертекста в электронных курсах и пособиях позволяет существенно расширять количество материала за счет введения дополнительных и пояснительных текстов. У авторов возникает желание включить как можно больше информации в учебное издание и при этом не учитывается, что время, отводимое на подготовку специалистов, ограничено учебными планами специальности.

Опыт создания электронных обучающих курсов показывает, что наиболее эффективным является модульный метод построения курса. Поэтому в группе методических критериев, в качестве основного следует выделить критерий модульности электронного курса, который

определяет структуру всего учебного издания и учитывает особенности обучения с применением компьютеров.

Критерий модульности обеспечивает методическую основу для оперативного обновления учебной информации и поэтапного внедрения ЭУП в учебный процесс, но его реализация в полной мере возможна только при соблюдении критерия модифицируемости учебного материала, относящегося к группе технологических. Следование этому критерию обеспечивает возможность внесения изменений в учебный материал, позволяет совершенствовать электронных учебных пособий без значительных затрат времени и ресурсов.

Список используемой литературы:

1. Полат Е.С. и др. Современные педагогические и информационные технологии в системах образования [Текст]: учебное / Полат Е.С. и др.; Полат Е.С. и др..- Москва: АКАДЕМИЯ, 2007
2. Кузнецов А.А. Сергеева Т.А. Компьютерная программа и дидактика // Информатика и образование. - 2006, №2.
3. Информационные технологии в сфере образования.- М.: Янус-К, 2004.- 248 с.: ил.

Санъат Султонович Рахматов,
Наргиза Нажмитдиновна Садулаева
Бухарский инженерно-технологический институт,
Бухара, Узбекистан

“ПРОЦЕССЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ” ВВЕДЕНИЕ В ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Стаття про дистанційне навчання в розвитку самостійної освіти у вихованні студентів та організації системи "настрою", яка може бути викладання сучасних інформаційних технологій та ефективних технологій, використання технологій дистанційного навчання в навчальному процесі освіти змісту, Форма та метод мають сильний вплив на зміну "процесів та інформаційних систем" викладання науки на прикладі.

***Ключові слова**: дистанційна освіта, студент, самостійна освіта, система moodle, інформаційні технології, інформаційні процеси.*

Статья о дистанционном обучении в развитии самостоятельного образования в воспитании студентов и организации системы "настроения", которая может быть преподавание современных информационных технологий и эффективных технологий, использование технологий дистанционного обучения в учебном процессе образования содержания, формы и методы имеют сильное влияние на смену "процессов и информационных систем "преподавание науки на примере.

***Ключевые слова:** дистанционное образование, студент, самостоятельная образование, система moodle, информационные технологии, информационные процессы.*

The article distance education in the development of independent education in the education of students and the organization of “mood” system, which can be teaching modern information technology and efficient technologies, the use of distance learning technologies in the educational process of education the content, form and method have a strong impact to the change of “processes and information systems” of the teaching of science in the example are enclosed.

***Keywords:** distance education, student, independent education, moodle system, information technology, information processes.*

Интерактивные методы в образовательном процессе, инновационных технологий в образовательный процесс педагогических и информационных технологий, по которой должны начисляться проценты, внимании изо дня в день увеличился, и это является одной из причин, иду, до этого времени только готов научить владеть знаний студентов при традиционном обучении, современные технологии, а знания о том, кто займет их найти сами, глядя сказала, независимое исследование, анализировать, учит исследований, произведенных выводов даже для себя. Учителя в этот процесс развития личности, становление, образование, уход и воспитание лидерских качеств в ряд условий и тем же руководством, выполняет функцию. Студентов в процессе образования становится основной единицей.

Процесс инновационных педагогических технологий, а также новости о деятельности преподавателям и студентам, изменения в ее реализации, в основном, в полной мере использовать интерактивные методы. Интерактивные методы - это команда думает, что последствия методов обучения в части содержания образования. Уникальность этого метода, то есть, они просто функционирование осуществляется преподавателями и студентами совместно. Сегодня, чтобы дать студентам качественное образование в области научно-технического развития заложены основы современных информационных технологий и завершения строительства, материал-широкие обслуживание компьютеров, использующих электронные учебники и учебные пособия по организации, и из интернет-источников, и с расстояния требует использования программного обеспечения преподавание срок, на который остается.

Именно для этой цели, использование информационных технологий, общего образования и профессиональной подготовки специалистов для повышения качества образовательного процесса, которые мы реализовали для соответствия мировым стандартам информационных технологий также играет важную роль. “Система Moodle” для дистанционного обучения, которые могут быть современных информационных технологий и эффективных технологий. На основе новых технологий (например, “настроение” в систему) компьютер образования для развития знаний учащихся о формировании и делает задачу улучшения решения. Использование технологий дистанционного обучения в образовательный процесс

содержание образования оказывает сильное воздействие на изменение формы и метода.

В дистанционном образовании аудитории сети для свободных, независимых и добровольных сможете получить эти знания; связи между студентами и зрителям эмоциональную связь зрителей к народу государства напрямую связана с уровнем овладения своей интеллектуальной стороны; широкое использование выставочных возможностей, увеличение слуха, зрения, восприятия, помнить, хранить, используя активное участие в процессе понимания технических знаний помогает понять более глубоко суть принимая. Исследования в области технологий дистанционного образования и мультимедийных учебно-методический комплекс материалов отражает аудиовидео в ТВ и доставки Контента, методов образовательного сведения посредством телевидения, интернет-технологий - дистанционное образование доступ к глобальным информационным сетям, на основе принципов интеграции и взаимодействия компетентность важна. Кроме того, в процессе дистанционного образования также воспитательного и учебного характера в дополнение к функциям, которые, в свою очередь, развивает нравственные качества человека-это не дисциплина, проведенных ожидания, уважение и внимание их влияние на формирование двусторонних отношений.

Типы учебных материалов. Использование дистанционного обучения на следующий учебный материал:

1. Учебники (модуля),
2. Аудио материалы последние события,
3. Электронные и мультимедийные учебники,
4. Онлайн курсы.

Создать аудио материалы и последние события - это перевозимого уроки ленты, видеомагнитофоны и видеокамеры посредством значить писать. Затем презентация может быть через реализацию программы.

Онлайн курсы – это один из самых полезных элементов дистанционного обучения. Главная Интернет и www-технологий, расстояние считывания информации в окружающую среду составляют. Необязательно ведь гипермедиа технологий, интернета и мультимедиа получает доступ к базе данных (различные свечи-модуль и интерфейс на основе). Пользователь онлайн-курсов будет работать в месте с

вашим собственным удобное время и сможете получить необходимую информацию. Такие системы дистанционного обучения является первым этапом. Любой учебный курс должен быть ознакомлен с ним.

Дистанционного обучения и коммуникации, компьютеризация, внедрение наиболее прогрессивных методов его преподавания суть вопроса на первый план. В этом смысле, дистанционного обучения должна отвечать современным требованиям обучения в системе образования.

Дистанционное образование педагогико-психологические особенности личности, что соответствует значение в развитии образовательных технологий в случае использования современных образовательных технологий в образовании характеризуется более широкое отверстие, чтобы дать дополнительные возможности для служения. Наши мнения в этом вопросе, эмоциональную стоять на расстоянии, кажется, быть приемлемыми для управления и уроки получателя.

"Процессы и информационные системы" наука компьютерная графика инструменты мастеринга программное обеспечение, используемое в учебном процессе по предмету ведения "Текст ссылки" и "методы проектирования" методы применения очень эффективные результаты.

Таким образом, преимущества этого метода формирование у учащихся навыков и квалификации, чтобы принимать самостоятельные решения и свободный "студент-компьютер" приведет к улучшению связи.

Литература:

1. А.С Макаренко. "Педагогические сочинения в 8 томах Педагогика" 1983. М.
2. Jaaffar, M. Foreword to the Proceedings of the Second national ELT Conference "Curriculum, Testing and New Technologies in ELT". 27-28 March, 2002, p.3.
3. Сайт MoodleDocs – http://docs.moodle.org/ru
4. М.Д.Рахимбаева. "Масофавий ўқитиш ва "Moodle" тизимида интерактив тестларни тузиш асослари". Урганч - 2012 . №104 ."Макинтош" 220100. -С.4-8.

Оксана Баюш, Тетяна Андріяш
Коледж промислової автоматики та інформаційних технологій
Одеська національна академія харчових технологій
Одеса, Україна

ПРОФОРІЄНТАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Досліджено наукові підходи до проведення профорієнтаційної роботи як одного із дієвих комунікаційних інструментів просування освітніх послуг. Увагу приділено основним формам та методам здійснення профорієнтаційної діяльності.

Ключові слова: *ринок освітніх послуг, цільова аудиторія, профорієнтаційна робота, професійна орієнтація, інноваційні підходи.*

Исследованы научные подходы к проведению профориентационной работы как одного из эффективных коммуникативных инструментов продвижения образовательных услуг. Акцентируется внимание на основних формах и методах осуществления профоринтационной деятельности.

Ключевые слова: *рынок образовательных услуг, целевая аудитория, профориентационная работа, профессиональная ориентация, инновационные подходы.*

The scientific approaches to conducting vocational guidance work as one of the effective communication tools for the promotion of educational services are investigated. Attention is paid to the basic forms and methods of conducting professional orientation activities.

Key words: *market of educational services, target audience, vocational guidance work, professional orientation, innovative approaches.*

Постановка проблеми. Із реформуванням освітньої галузі, стрімким розвитком та розширенням ринку освітніх послуг зростає конкуренція серед закладів освіти. Головною метою формування контингенту наразі стають два чинники: якість надання освітніх послуг, та їх просування, зокрема привернення уваги абітурієнтів та

їхніх батьків до певних спеціальностей, на яких спеціалізується заклад вищої освіти, формування позитивного ставлення, зацікавлення, спонукання до вступу у навчальний заклад.

Основними засобами реклами освітніх послуг є: реклама в пресі; друкована (поліграфічна) реклама; реклама на радіо; зовнішня реклама; інтернет-просування (соцмережі); реклама на транспорті; сувенірна реклама; профорієнтаційна робота. Слід зазначити, що освітні послуги – достатньо специфічний товар, оскільки надається він великим колективом педагогічних працівників і досить тривалий у часі. Від того, як педагог зуміє зорієнтувати своїх вихованців на пізнавальну активність, зможе задовольнити потреби студента у духовному та інтелектуальному розвитку, в пізнанні самого себе залежить їхнє подальше професійне визначення. Закінчуючи навчання студент повинен чітко усвідомлювати, що він може, на що здатний, і знає, куди піти працювати.

Тому вважаємо профорієнтаційну роботу зі студентською молоддю пріоритетним напрямком рекламних комунікацій будь-якого навчального закладу.

Питання специфіки профорієнтаційної роботи вивчали І. Бех [1], О. Володіна [2], В. Гончарук [3], Р. Гурова, О. Козак [4], О. Мельник [5], В. Подольна [6], А. Серебряков та ін. Водночас динамічність і постійний розвиток системи освіти вимагають зосередити наукові пошуки саме на питанні профорієнтаційної роботи як одного із засобів просування освітніх послуг.

Мета дослідження полягає в розкритті основних підходів, методів та загалом організації профорієнтаційної роботи у закладах вищої освіти.

Профорієнтаційні комунікації уміщують як мінімум п’ять напрямків: допомогу у виборі профілю навчання, майбутньої професії, забезпечення методичними матеріалами; роботу комісій з профорієнтації; допомогу у виборі спеціалізації в межах свого навчального закладу; роботу Центрів кар'єри, Служб зайнятості з профорієнтації студентів і випускників; допомогу у працевлаштуванні, виборі напрямку знань, варіантів подальшого навчання; роботу з компаніями-роботодавцями.

Завдяки цілісності системи можна проводити профорієнтаційний моніторинг та супровід людини, починаючи з моменту вибору професії і закінчуючи етапом працевлаштування. На початковому етапі при впровадженні такої системи важливо проводити низку інформаційних та рекламних заходів, що підвищують інтерес до професії в середовищі студентів, знижують страх невизначеності і підвищують довіру до цієї послуги. При цьому можуть існувати різні підходи до проведення самої профорієнтації, що в комплексі дадуть максимальний результат.

У сучасній науці про профорієнтацію співіснують різні підходи. Особливість першого – це зосередження на інформаційній складовій профорієнтації: прагнення надати максимальну інформацію про сучасний стан ринку праці, про вагомі особливості різних професій. Завдяки такому підходу студенти можуть розширити знання про себе в контексті професійного життя, збільшити знання про світ професій, професіограми, а також – про напрямок розвитку ринку праці: нові професії, про метапрофесії.

Другий підхід, який можна назвати, за роботами Н.С. Пряжнікова, активізуючим – робить акцент на активізацію особистості в плані професійного самовизначення. Цей підхід не заперечує вивчення інформації, пов’язаної зі світом професій, але й обмежується нею. Кінцевою метою профорієнтації за такого підходу є розвиток такої соціальної компетентності студента, як вміння аналізувати ринок праці, свої можливості і співвідносити їх з вимогами конкретної професії та ринку праці взагалі. Метою активізуючого підходу є – сформувати у людини установку на необхідність професійного самовизначення, спонукати до активного пошуку, вибору і самостійного вирішення наявних проблем. Ефективними будуть тести, ігри, обговорення і та ін.

Щодо діагностико-консультаційного підходу, то він включає в себе проведення психологічного тестування та консультацію за отриманими результатами. Може проводитися як індивідуально, так і в групі. Метою є виявити професійну спрямованість людини на основі об'єктивних тестових даних, і в процесі консультації вирішити основний профорієнтаційний запит людини з використанням отриманої інформації. В руслі даного підходу можна діагностувати

вираженість тих чи інших компетенцій, професійно важливих у рамках одержуваної професії.

Існує ще один підхід, який не заперечує попередніх, але робить дещо інший акцент, – це розвиваючий підхід. Прихильники цього підходу відносяться до професійної сфери як середовища, яке розвиває особистість. Сама професія, як і ситуація професійного самовизначення, не є кінцевою ціллю, але певним інструментом для розвитку особистості студента, способом засвоєння системи соціальних відносин. Цей підхід стоїть на позиціях особистісно-діяльнісного підходу і робить акцент на розвиток дитини з урахуванням її вікових та психологічних особливостей. В основу розвивального підходу покладено проведення тренінгів, що вирішують різні профорієнтаційні питання, а також розвиток різних навичок і якостей особистості, які можуть бути корисні в майбутньому професійному житті.

Метою інформаційного підходу є висвітлення як загальних тенденцій на ринку праці, так і ситуації з одержуваними студентами професіями – де і ким вони можуть працювати на сучасному ринку праці, а також полягає в проведенні лекцій з планування кар'єри, презентацій компаній, інформування про тенденції на ринку праці, ярмарки вакансій тощо.

Проведення того чи іншого тематичного блоку залежить в основному від обставин і потреб конкретного навчального закладу. Наприклад, робота з студентами може починатися не з проведення тестування, а з інформаційних лекцій, щоб сформувати інтерес і розуміння необхідності самої профорієнтації, кар'єрного консультування тощо. Вибір того чи іншого засобу для проведення профорієнтації залежить від фахівця, рівня його кваліфікації, досвіду. При виборі важливо спиратися на такі показники, як надійність, валідність, достовірність і здатність вирішувати поставлену задачу – тобто відповідність запитам сучасності і людей.

Методика здійснення профорієнтаційної роботи повинна комплексно діагностувати інтереси, здібності та особистісні якості людини, співвідносячи їх з вибором професії і профілю навчання. Саме обговорення результатів певної методики з психологом дозволяє

звернути увагу клієнта профорієнтаційної консультації на найбільш значущі для нього внутрішні фактори вибору професії.

При виборі професії дуже важлива відповідність між психологічними особливостями людини і відповідними характеристиками професії. Методика дозволяє поєднати аналіз інтересів, здібностей і особистісних якостей студентів в рамках діагностики їх професійних намірів.

Пройшовши комплекс тестування і поговоривши за його результатами з психологом-профконсультантом, студент може краще зрозуміти сутність свого «Я» та визначити, до яких професій та спеціальностей у нього є схильність, тобто інтерес, підкріплений відповідними особистісними якостями і розвитком відповідних здібностей. Тому тестовий матеріал сфокусований на інтересах і здібностях, важливих для набуття освіти у відповідній професійній області.

Комплекс тестування включає в себе різні типи завдань: це і вирішення завдань, і вибір найбільш привабливих альтернатив, оцінка об'єктів за заданими параметрами, вибір варіантів поведінки в тих чи інших ситуаціях. За його результатами випробовувані отримують список професій, максимально відповідних їх індивідуальним особливостям.

Соціально-економічні зміни в Україні й модернізація ринку праці призводять до швидкого старіння професій з одночасним неухильним зростанням вимог до кваліфікації працівника. Виходячи з цього головне завдання профорієнтаційної роботи полягає не лише у створенні умов і наданні допомоги в усвідомленому виборі професії, а й у навчанні вмінню оцінювати себе адекватно вимогам сучасного ринку праці і вибудовувати свою професійну траєкторію, розуміння необхідності безперервної освіти з метою свого професійно-кваліфікаційного зростання і успішної адаптації у світі праці.

Саме тому, останнім часом, у педагогіці поступово стали розроблятися активні методи профорієнтаційної роботи. Основна відмінність цих методів від традиційних полягає в тому, що завдяки їм студент з об'єкта поступово перетворюється на суб’єкт свого професійного самовизначення.

Коли йдеться про основні характеристики активних методів у профорієнтації, можна виділити наступне: активні методи в профорієнтації припускають зміщення акценту з профінформації і профдіагностики на аналіз та вирішення профорієнтаційних проблем, так як саме постановка перед студентом проблеми може стимулювати його власну активність щодо її вирішення; активізація професійного самовизначення передбачає включення ціннісно-смислового компонента самовизначення в профорієнтаційну роботу. Завдяки активним методам можна розвивати нові і раніше сформовані вже існуючі особистісні якості студентів; активні методи включають в себе активізуючу діагностику, метою якої є не стільки отримання інформації про особу, скільки стимулювання її роздумів про перспективи особистісного і професійного самовизначення; активні методи передбачають використання інтерактивних форм роботи, таких як: майстер-клас, тренінг, дискусія, рольова і ділова гра та інші.

Під час надання освітніх послуг досить успішно використовуються такі форми профорієнтаційної роботи:

- анкетування, тестування, у тому числі комп'ютерна діагностика схильностей та інтересів;
- активізують профорієнтаційні опитувальники;
- консультації батьків на підприємствах, де є відповідні спеціалісти;
- профорієнтаційні ігри, у тому числі адаптовані і спеціалізовані «квести»;
- зустрічі-консультації викладачів і студентів під час Днів відкритих дверей щомісячно;
- індивідуальний супровід в стінах навчального закладу.
- проведення предметних олімпіад, тематичних фестивалів в м.Одесі з участю учнів;
- інтелектуальні ігри; ігрові консультаційні методики консультації учнів та їх батьків;
- організація тематичних конкурсів (наприклад, «Кращий за професією») як на рівні коледжу, так і на рівні району;
- підготовчі курси на базі навчального закладу для учнів після 9-х класів;

- презентації на профільних виставках, ярмарках професій майстер-класи від голів циклових комісій;
- конкурси професійної майстерності студентів;
- сприяння тимчасовому працевлаштуванню в канікулярний час наших студентів старших курсів на сучасні підприємства;

Поліпшити профорієнтаційні комунікації допоможуть: організація діяльності профільних гуртків і клубів, лабораторій творчої діяльності для учнів 10-14 років; тренінги, семінари та інші форми практичних занять для учнів області; тематичні Інтернет-конкурси та вікторини; організація професійних конкурсів «Краща професія»; «відкриті уроки», зустрічі спеціалістів професій зі студентами професійних технічних училищ та школярами; заходи, орієнтовані на професійну орієнтацію взагалі: проекти соціального партнерства навчальних професійних закладів з підприємствами.

Досить важливим є інформаційний супровід професійної орієнтації, а саме: допомога через ЗМІ; дистанційна профорієнтаційна допомога; розповсюдження інформаційних матеріалів про затребувані в регіоні спеціальності; поширення збірників статей про професії; організація тематичних інтерв'ю фахівців навчальних закладів, публікація матеріалів про навчальні заклади, в тому числі про поточні події; публікація результатів маркетингових досліджень щодо ситуації в регіоні, галузі; організація консультаційних пунктів для старшокласників і абітурієнтів на виставках і ярмарках освітніх послуг; проведення лекцій, конференцій та круглих столів; інформаційне наповнення сайтів навчальних закладів, у тому числі матеріалами з профорієнтації; інформаційний супровід спільних проектів між навчальними закладами, підприємствами, організаціями; профдіагностика, профконсультація, профагітація.

Таким чином, інноваційний підхід до професійної орієнтації – це застосування активізуючого, діагностико-консультаційного, розвиваючого, інформаційного підходів. Сама професія, як і ситуація професійного самовизначення, не є кінцевою ціллю, але певним інструментом для розвитку особистості студента, способом засвоєння системи соціальних відносин. Цей підхід стоїть на позиціях особистісно-діяльнісного підходу, і робить акцент на розвиток

студента з урахуванням його психологічних особливостей. Такий підхід вимагає, щоб психолого–педагогічна підтримка освоєння професії полягала в наданні допомоги студентам у пізнанні себе, як суб’єктах в різних видах діяльності, визнанні прав особистості на власні життєві інтереси, цілі й цінності. І все це можливо лише в умовах вільного вибору і творчої діяльності.

Перераховані вище форми і методи просування освітніх послуг в рамках профорієнтації, на наш погляд, є ефективними з двох позицій: 1) допомогають налагодити комунікацію з майбутніми абітурієнтами; 2) допомагають студентам стати суб'єктами свого професійного самовизначення. А це означає, що в такому випадку у них може з'явитися внутрішня готовність здійснювати самостійний і усвідомлений вибір, як у професійній сфері, так і у всіх інших важливих сферах свого життя.

Література:

1. *Бех І.* Професійна спрямованість змісту навчально-трудової діяльності школярів / І. Д. Бех, М. П. Тименко // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету. Серія : Педагогіка. № 5. – 1999. – С. 15 – 21.
2. *Володина Е.* Новые подходы к проведению профориентационной работы [Електронний ресурс] / Е. Р. Володина. – Режим доступу : http://yppk.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=156:2013-03-27-05-44-33&catid=1:articles&Itemid=5
3. *Гончарук В. А*. Маркетинговое консультирование [Електронний ресурс] / В. А. Гончарук. – Режим доступу : http://www.aup.ru/books/m27/.
4. *Козак О. М*. Стан ринку освітніх послуг в Україні / О. М. Козак // Економічний простір. – К. : 2010. – 34 с.
5. *Мельник О.* Зміст, форми та методи профконсультаційної роботи зі старшокласниками в процесі профільного навчання / О. В. Мельник. – К., 2008. – 54 с.
6. *Подольна В. В.* Особливості просування освітніх послуг / В. В. Подольна, С. П. Усик // Вісник КНУТД. – 2013. – № 4. – С. 206-211.

Андрей Третьяков
Московский государственный областной университет
Москва, Российская Федерация

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ НРАВСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Анотація. *В даній статті висвітлюється проблематика розвитку сучасного дошкільника. Значну увагу приділено сучасним проблемам розвитку дошкільників в умовах швидкого розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій. Важливе місце відводиться простраіваніе персоніфікованого освітнього маршруту розвитку особистості дитини дошкільного віку. Крім того, розглядається актуальна проблема сучасного дошкільного дитинства - формування моральних цінностей у дошкільнят. Особливу увагу приділено соціальному замовленню суспільства і соціообразовательному потенціалу моральності. Значне місце в роботі відводиться концептуальним положенням даної проблематики в сучасному суспільстві.*

Ключові слова. *Моральні цінності, діти дошкільного віку, дошкільна освітня організація, особливості розвитку, дошкільне дитинство, виховання.*

Аннотация. *В данной статье освещается проблематика развития современного дошкольника. Значительное внимание уделено современным проблемам развития дошкольников в условиях быстрого развития информационно-телекоммуникационных технологий. Важное место отводится простраиванию персонифицированного образовательного маршрута развития личности ребёнка дошкольного возраста. Кроме того, рассматривается актуальная проблема современного дошкольного детства – формирование нравственных ценностей у дошкольников. Особе внимание уделено социальному заказу общества и социообразовательному потенциалу нравственности. Значительное место в работе отводится концептуальным положениям рассматриваемой проблематики в современном обществе.*

Ключевые слова. *Нравственные ценности, дети дошкольного возраста, дошкольная образовательная организация, особенности развития, дошкольное детство, воспитание.*

Annotation. *This article highlights the problems of the development of a modern preschooler. Considerable attention is paid to modern problems of development of preschool children in conditions of rapid development of information and telecommunication technologies. An important place is given to building a personalized educational route for the development of the personality of a child of preschool age. In addition, the current problem of modern preschool childhood is considered – the formation of moral values in preschool children. Special attention is paid to the social order of society and the socio-educational potential of morality. A significant place in the work is given to the conceptual provisions of the problem in the modern society.*

Keywords. *Moral values, pre-school children, pre-school educational organization, developmental features, pre-school childhood, upbringing.*

Современный мир непрерывно меняется. Скорость, с которой наша жизнь претерпевает трансформации, намного выше, чем двадцать или тридцать лет назад. В недавно ушедшем XX веке ребенок развивался в условиях малого социума (семьи, дворовой компании, пионерской организации) с четкой привязкой к конкретному взрослому. Сегодня ребенок поставлен в ситуацию разорванных связей и хаотичного потока информации без структурно-логических связей. Современные дети сильно отличаются не только от тех, кого описывали в своих сочинениях И. Г. Песталоцци, Я. А. Коменский и В. А. Сухомлинский, но и от своих сверстников последнего десятилетия XX века. Социальные изменения привели к изменениям психологическим. По данным психологов, в настоящее время произошли сдвиги в наступлении кризисов 7 лет и подросткового. Так, кризис, который дети прошлого века проходили перед поступлением в школу (в подготовительной группе детского сада) сейчас переживают младшие школьники (в 7–8 лет). А это влечет за собой пересмотр методов обучения в младшей школе. Пубертатный кризис девочки минуют теперь тремя годами позже, а мальчики – четырьмя [1].

В данный период предпринимаются попытки комплексного изучения современного дошкольника [2]. Во внимание принимаются и мнения педагогов-практиков. В 2001 г. прошел Круглый стол, на котором педагоги московских дошкольных учреждений «нарисовали» портрет современного ребенка исходя из собственных наблюдений. Из положительных характеристик: развитый, любознательный, умный, эрудированный, раскрепощенный, свободный. Из отрицательных: импульсивный, капризный, плаксивый, драчливый, агрессивный, педагогически запущенный, воспитываемый телевизором [2].

Известный психолог Е. О. Смирнова приводит данные ЮНЕСКО о том, что 93% современных детей от 3 до5 лет смотрят телевизор 28 часов в неделю: «Подрастает первое поколение “экранных детей”» [5, с. 105]. Она делает неутешительные выводы о влиянии просмотра телевизионных передач на психическое развитие детей. Первое и самое плачевное – задержка речевого развития. Отмечается примитивность и бедность речи.

«Речь, исходящая с экрана, остаётся малоосмысленным набором чужих звуков, она не становится своей. Поэтому дети предпочитают молчать, а изъясняются криками или жестами» [5, с. 255].

Современные дошкольники технически «подкованы», легко управляются с телевизором, электронными и компьютерными играми, но строят из конструктора так же, как их сверстники прошлых лет, ни в чем их не опережая [4].

Несмотря на то, что инновационные процессы в современной культуре родительства стоит отнести пока лишь к наблюдаемым микротенденциям, можно предполагать, что их потенциал, как отражение векторных изменений культуры родительства нового тысячелетия, будет со временем более интегрирован в социокультурное пространство. И остаётся надеяться на поправки, преодоление в культурной динамике издержек крайнего детоцентризма и ценностных деформаций [4].

В связи с тем, что предметом рассмотрения данной статьи является определение особенностей нравственного становления детей дошкольного возраста, то стоит осветить данный феномен.

Дошкольный возраст является сензитивным периодом для формирования нравственных ценностей. Сформированные нравственные ценности помогают устоять перед напором негативных внешних воздействий и противодействий, что обеспечивает уважение человека к самому себе. Знание наук и незнание добра, острый ум и глухое сердце таят угрозу для человека, ограничивают и деформируют его личностное развитие [2].

Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования (ФГОС ДО) обозначил современные цели и задачи воспитания, обучения и развития детей [5].

Значимость формирования нравственных ценностей личности заключается ещё и в том, что современной социальной тенденцией служит стремление к созданию гуманного и, одновременно, правового общества с высокой культурой отношений, которые будут определяться социальной справедливостью, совестью, ответственностью каждого за свои поступки, за последствия своего свободного выбора. Такое общество предполагает высокие требования к ценностям, свойственным людям [6].

Важнейшую роль в становлении нравственности у старших дошкольников играет формирующаяся способность к соподчинению мотивов поведения. В условиях правильного воспитания у детей 6-7 лет развивается умение руководствоваться в своем поведении моральными мотивами, что приводит к становлению нравственной направленности личности. В этом процессе значимую роль играют развивающиеся моральные чувства, которые в старшем дошкольном возрасте становятся более богатыми. Вместе с тем умение сознательно управлять своими чувствами представляет для старших дошкольников достаточную трудность, поэтому поведение детей требует постоянного внимания воспитателя. В ходе нравственного воспитания формируются нравственные ценности [7].

В процессе формирования нравственных ценностей, у детей старшего дошкольного возраста, особую роль играет взрослый. Взрослый человек предстает в двух функциях: как носитель социального опыта, норм и правил поведения и как организатор процесса воспитания и обучения.

Таким образом, формируется самосознание маленького человека. Поэтому одной из важнейших задач современных педагогов и психологов дошкольных образовательных учреждений является поиск, разработка и внедрение современных образовательных технологий, направленных на развитие нравственных ценностей, лежащих в основе личности детей дошкольного возраста.

Литература

1. Боякова Е. В. Особенности развития современного ребёнка // Педагогика искусства. – 2011. – № 1. – С. 1-8.
2. Об образовании в Российской Федерации: федеральный закон № 273-ФЗ от 29.12.2012 г. (в последней редакции) [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 04.03.2018).
3. Смирнова Е. О., Лаврентьева Т. В. Дошкольник в современном мире. – Москва: Дрофа, 2008. – 270 с.
4. Третьяков А. Л. Современный ребёнок в дошкольном образовании Российской Федерации: особенности развития и интеграции в обществе знаний // Ребёнок в образовании: тематич. сб. матер. Всерос. науч.-практ. конф. 2017 г. – Москва, 2017. – С. 103-106.
5. Ушинский К. Д. Человек как предмет воспитания. – Т. 1. – Санкт-Петербург, 1881. – С. 461.
6. Фельдштейн Д. И. Сущностные особенности современного Детства и задачи теоретико-методологического обеспечения процесса образования. – Москва: Изд-во МПСУ, 2009. – 166 с.
7. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: https://rg.ru/2013/11/25/doshk-standart-dok.html, свободный. – (Дата обращения: 04.03.2018).

Марина Шевченко
Харківська державна академія культури,
Харків, Україна

РЕГІОНАЛЬНІ РЕПОЗИТАРІЇ ЯК ГОЛОВНА УМОВА ЯКІСНОЇ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. *Розглядається роль регіональних репозитаріїв бібліотек ВЗО як основа здійснення якісної освітньо-наукової діяльності.*

Ключові слова: *бібліотеки ВЗО, інформаційний простір, інформаційно-освітнє середовище, інформаційні ресурси, інституціональний репозитарій.*

Аннотация. *Рассматривается роль региональных репозитариев библиотек ВЗО как основа осуществления качественной образовательно-научной деятельности.*

Ключевые слова: *библиотеки ВЗО, информационное пространство, информационно-образовательная среда, информационные ресурсы, институциональный репозитарий.*

Abstract. *This paper studies the role of regional university library repositories in ensuring the quality of educational and scientific activities.*

Keywords: *university libraries, information space, information and educational environment, information resources, institutional repository.*

Інформатизація суспільства невпинно модернізує освіту, що, в свою чергу, впливає на зміни вимог до бібліотек ВЗО як основного інструменту в освітній та науковій діяльності. Нині головні завдання бібліотек ВЗО полягають у формуванні електронних ресурсів, популяризації ідей відкритого доступу, створенні загальнодоступних архівів наукової інформації, підвищенні вебметричного рейтингу тощо.

Головну роль в цьому відіграють електронні архіви — репозитарії, оскільки важливою функцією бібліотек ВЗО є електронне архівування із забезпеченням вільного доступу користувачів до власних та зовнішніх електронних ресурсів освітнього й наукового

спрямування. На сьогодні в Україні інституційні репозитарії знаходяться у фазі активного розвитку та запровадження. Але, функціонують вони окремо при кожному ВЗО. Це, в свою чергу, негативно впливає на загальний рівень наукової комунікації та стає перешкодою у реалізації проекту з формування єдиного інформаційного простору. Тому вкрай важливим є створення корпоративних репозитаріїв регіонального рівня. Це значно підвищить можливості задоволення інформаційних потреб користувачів, дозволить увійти до світового освітньо-наукового інформаційного простору.

Серед основних проблем, які стають на заваді об'єднання інституційних репозитаріїв, можна назвати:

- створення єдиного координаційно-методичного центру;
- відсутність нормативно-правової бази для регламентації цієї діяльності;
- використання різного програмного забезпечення бібліотеками ВЗО;
- відсутність налагодженого телекомунікаційного зв'язку між окремими бібліотеками;
- недостатній рівень техніко-технологічного та кадрового оснащення бібліотек тощо.

Емпірична база дослідження — репозитарії бібліотек провідних ВЗО м. Харкова: Центральної наукової бібліотеки Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна — eKhNUIR; Науково-технічної бібліотеки Національного технічного університету «ХПІ» — eNTUKhPIIR; Наукової бібліотеки Харківського національного університету радіоелектроніки — ElArKhNURE; Наукової бібліотеки Національного фармацевтичного університету — eaNUPh; Наукової бібліотеки Харківського національного медичного університету — KhNMU Repository; Наукової бібліотеки Харківського національного автомобільно-дорожнього університету — ElArKhADI; Наукової бібліотеки Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова — Цифровий репозитарій;

Науково-технічної бібліотеки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця — irHNEU; Наукової бібліотеки Національного університету імені Ярослава Мудрого — eNULAUIR; Наукової бібліотеки Української інженерно-педагогічної академії — ElAr UIPA.

Дослідивши показники функціонування кожного із названих репозитаріїв, слід відмітити позитивні тенденції у розвитку технологій створення та використання цих ресурсів. Важливо те, що їх функціонування є передумовою реалізації корпоративного проекту регіонального репозитарію, в який будуть включені ресурси багатьох бібліотек ВЗО м. Харкова.

Назвемо декілька позитивних передумов для створення єдиного регіонального репозитарію. Всі проаналізовані репозитарії створюються на основі програмного забезпечення відкритого доступу DSpace (окрім Цифрового репозитарію Наукової бібліотеки Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова, що створений на платформі EPrints). Тому обмін даними між бібліотеками буде значно полегшений. Подібний ресурс стане зручнішим у здійсненні освітньо-наукової комунікації, оскільки за змістом буде універсальним, тобто у доступі користувачі матимуть документи з різних галузей знань.

Ще однією позитивною рисою є те, що більшість з досліджуваних бібліотек беруть участь у різноманітних корпоративних проектах, наприклад, у проекті національного рівня «ELibUkr» («Електронна бібліотека України: створення Центрів знань в університетах України»). Тобто вони вже мають практичні навички корпоративної роботи, що значно полегшить подальшу роботу в створенні регіонального репозитарію.

Тобто, подібне об’єднання інституціональних репозитаріїв є новим способом організації наукової комунікації, що, по-перше, забезпечує вільний доступ до наукових досліджень та публікацій більш широкого загалу; по-друге, підвищує рейтинг та престиж кожного ВЗО у сфері наукової роботи. Все це, в свою чергу, має вплив на інтенсивність здійснення наукових відкриттів у майбутньому.

Таким чином, бібліотеки ВЗО активно опановують сучасні інформаційні технології щодо формування відкритого електронного освітньо-наукового середовища, створення потужних і змістовних регіональних інформаційних ресурсів.

Формування електронних репозитаріїв дозволить бібліотекам активно брати участь у корпоративних проектах відкритого доступу регіонального та національного значення, сприятиме безперешкодному їх входженню до національного та глобального інформаційного простору. Саме корпоративне об'єднання бібліотек ВЗО є важливою умовою підвищення рівня здійснення освітньої і наукової діяльності та, відповідно, вироблення знань у майбутньому, оскільки бібліотеки ВЗО посідають провідне місце у створенні єдиного інформаційного простору держави.

Література

1. Бакуменко Л. Г. Інституціональні репозитарії бібліотек вищих навчальних закладів України: досвід створення / Л. Г. Бакуменко // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф., 8–9 груд. 2011 р. / Харків. держ. акад. культури та ін. — Харків, 2011. — С. 199–201.

2. Бакуменко Л. Г. Модель регіонального корпоративного об'єднання репозитаріїв бібліотек вищих навчальних закладів України / Л. Г. Бакуменко // Вісн. Харків. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Харків, 2012. — Вип. 38. — С. 249–258.

3. Беззуб І. Бібліотека вищого навчального закладу у формуванні інформаційної культури студента / І. Беззуб // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. — Київ, 2012. — Вип. 33. — С. 94–105.

4. Білоус В. С. Електронна бібліотека вищого навчального закладу як середовище швидкого доступу до інформації / В. С. Білоус // Електронні інформаційні ресурси: створення, використання, доступ : зб. матеріалів Респ. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Вінниця, 12–13 квіт. 2010 р. — Київ : Кондор, 2010. — С. 29–39.

5. Дікунова О. А. Освітянські бібліотеки в контексті формування єдиного корпоративного інформаційно-бібліотечного простору / О. А. Дікунова // Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства : матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ. конф., 11–12 верес. 2013 р., Львів / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львівська політехніка», Наук.-техн. б-ка. — Львів, 2013. — С. 474–483.

6. Іваницька А. С. Корпоративний підхід до створення і використання регіональних електронних інформаційних ресурсів. / А. С. Іваницька. —URL: http://library.kr.ua/conference/ivanycka.html (дата звернення: 11.09.2017).

7. Фролова Н. М. Інституційний репозитарій у інформаційному просторі університету / Н. М. Фролова, Л. В. Кашаєва // Імперативи розвитку електронних бібліотек : pro et contra = Imperatives of the Electronic Libraries Development : pro et contra : матеріали міжнар. веб-конф. (м. Харків, 27 берез. 2014 р.) / Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, Наук. б-ка, Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, Центр. наук. б-ка. Харків, 2014. — URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/ 5714/1/Imperatives.pdf (дата звернення: 06.09.2017).

Рустам Сариев
Бухарский инженерно-технологический институт,
г. Бухара, Республика Узбекистан

ОБЗОР СРЕДСТВ СОЗДАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНИКОВ

Анотація: *Розглянуто технологію створення електронних підручників. Основні етапи створення електронних підручників та їх інструментів. Методи та програми для створення електронних підручників.*

Аннотация: *Рассмотрена технология создания электронных учебников. Основные этапы создания электронных учебников и их инструментов. Методы и программы для создания электронных учебников.*

Annotation: *The technology of creation of electronic textbooks is considered in the article. The basic stages of creating electronic textbooks and their tools. Methods and programs for creating electronic textbooks.*

Не менее важным при разработке электронного учебника является выбор программных средств, от выбора той или иной авторской системы зависят не только внешний вид учебника, его эстетический уровень, но и его функциональность, способность поддерживать различные форматы данных, соответствие стандартам мультимедиа, зависит будет ли он привязан к авторской системе в которой разрабатывался или сможет работать на любом компьютере в независимости от установленного на нем программного обеспечения.

Был проведен сравнительный анализ нескольких наиболее широко распространенных и часто используемых авторских систем и одной системы программирования. К первым относятся «LinkWay», «Action» 2.5, Multimedia ToolBook, ко вторым – Borland Delphi 7.

Целью проведения этого анализа являлось выявление достоинств и недостатков предложенных к рассмотрению авторских систем и систем программирования.

По результатам анализа необходимо было выбрать систему, наиболее полно отвечающую требованиям, предъявляемым при

создании электронных учебников

LinkWay

Разработчик IBM, операционная система – MS-DOS.

Система предназначена для:

– разработка демонстрационных роликов по различным темам;

– построение уроков в гипертекстовой манере;

– организация персональной базы данных и настольной канцелярии;

– управление внешними устройствами;

– построение оболочки ОС или пакетов прикладных программ.

Action

Разработчик системы Action - Asymetrix company. Системы ориентирована на ОС Win98/2000/XP.

Система предназначена для:

– создание презентаций различной тематики;

– подготовка демонстрационных и рекламных клипов;

– разработка обучающих и контролирующих программ;

Action объектно-ориентированная среда, позволяющая соединять в одном продукте практически все объекты мультимедиа технологии. Как и в LinkWay, в Action есть возможность вставлять в программу статический текст, графические изображения, управляющие объекты – кнопки.

Multimedia ToolBook

Разработчик системы Action - Asymetrix company. Системы ориентирована на ОС Win98/2000/XP.

Система предназначена для:

– создания диалоговых сопровождений;

– реализации интерактивного обучения;

– разработки документов представленных в нескольких средах (гиперсреда);

– программирование баз данных и баз знаний

Inprise Delphi

Разработчик системы - Borland International company. Системы ориентирована на ОС Win98/2000/XP.

Система предназначена для:

– разработка многооконных пользовательских приложений;

– создание многофункциональных систем общего назначения;

– проектирование баз данных любой сложности и средств управления БД;

– разработка систем обработки текстовой, графической, видеоинформации и звука;

– создание графической операционной оболочки;

– написание прикладных программ и библиотек динамической компоновки;

– создание одно- и многопользовательских интерфейсов;

– разработка сетевых приложений;

– разработка мультимедийных приложений и средств разработки мультимедийных приложений;

– написание программ с использованием средств Internet;

– и многое другое.

Список используемой литературы:

1. Роберт И.В. Современные информационные технологии в образовании. / И.В. Роберт – М.: Школа-Пресс, 2007.
2. Федотова Е.Л. Информационные технологии и системы [Текст]: учебное: Учебное пособие / Е.Л. Федотова. - Москва: ИД "Форум", 2009. - 352 с.: ил.
3. Ланкин В., Григорьева О. Электронный учебник: возможности, проблемы, перспективы. // Высшее образование в России, 2008, №2.

Андрей Третьяков
Российский государственный гуманитарный университет
Москва, Российская Федерация

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ ИННОВАЦИОННЫМИ ПЕДАГОГИЧЕСКИМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Анотація. *У статті дослідником акцентується увага на найбільшому значенні краєзнавства в навчанні студентів вищої школи. Описана проблематика формування соціально-активної особистості, яка в даний час має потребу в менторства. Коротко відображені історико-педагогічні віхи становлення краєзнавства на окремої наукової дисципліни. Відображено принципи краєзнавства. На прикладі викладання дисципліни «Екологія туризму» в Російському державному гуманітарному університеті для студентів третього курсу відзначені найважливіші сегменти ролі краєзнавства в сучасній соціокультурній дійсності.*

Ключові слова. *краєзнавство, студенти, історико-педагогічна вертикаль, соціально-педагогічна функція, компетенції, напрям підготовки «Туризм», Російський державний гуманітарний університет.*

Аннотация. *В статье исследователем акцентируется внимание на величайшем значении краеведения в обучении студентов высшей школы. Описана проблематика формирования социально-активной личности, которая в настоящее время нуждается в менторстве. Кратко отражены историко-педагогические вехи становления краеведения на отдельной научной дисциплины. Отражены принципы краеведения. На примере преподавания дисциплины «Экология туризма» в Российском государственном гуманитарном университете для студентов третьего курса отмечены важнейшие сегменты роли краеведения в современной социокультурной действительности.*

Ключевые слова. *Краеведение, студенты, историко-педагогическая вертикаль, социально-педагогическая функция,*

компетенции, направление подготовки «Туризм», Российский государственный гуманитарный университет.

Annotation. *In the article the researcher focuses attention on the greatest importance of local lore in teaching students of higher education. The problems of the formation of a socially active personality, which currently needs mentoring, are described. The historical and pedagogical landmarks of the formation of local history on a separate scientific discipline are briefly reflected. The principles of local history are reflected. On the example of teaching the discipline «Ecology of Tourism» in the Russian State Humanitarian University for third-year students, the most important segments of the role of local history in the modern socio-cultural reality were noted.*

Keywords. *Study of local lore, students, historical pedagogical vertical, socio-pedagogical function, competence, training direction «Tourism», Russian State Humanitarian University.*

Краеведческая подготовка в современной высшей школе является важным фактором в решении проблем комплексного воспитания обучающихся. Сегодня краеведческий принцип преподавания основ наук положен в основу ряда программ вузов.

Краеведение ведет свою историю с давних времен. В ряде источников по краеведению отображена история краеведения, которая своими корнями уходит в глубь веков, и безвестные народные «краезнадцы», по словам этих учёных, были знатоками родных мест. Знания о прошлом селений, городов, областей нашей Родины оставались в народной памяти и устно передавались из поколения в поколение. Это были знания по истории, географии, ведению хозяйства и другие. «Краезнадцы» – живые хранители местной истории, осуществляя преемственность в материальной и духовной культуре народов, влияли на воспитание подрастающего поколения в духе любви к родному краю.

Краеведение, как народное знание о своих родных местах, и его далеком прошлом развивалась во многих странах, в том числе и в России. Первые сведения о своих родных местах краеведческого характера получили отражение в летописях и различных государственных документах XV-XVI вв.

Начало подлинного краеведения в России относится к эпохе преобразований первых лет XVIII века и связано с именем Петра I. Указом от 13 февраля 1718 года предписывалось о всех любопытных находках непосредственно докладывать царю, а тех, кто их обнаружил, награждать за поиск древностей в своем крае. Позднейшие указы Петра I предписывали гражданским и церковным властям «прежние жалованные грамоты и другие курьезные письма оригинальные» [1] пересмотреть, переписать и доставить в Сенат и в Синод. Тем самым было признано государственное значение местных памятников прошлого.

В розыске, собирании и систематизации фактов прошлого большую роль сыграли русские ученые. Так, в 1737 году известный историк В. Н. Татищев впервые разослал на места анкеты с целью сбора материалов для своей «Истории Российской». Эту работу продолжил и М. В. Ломоносов. В 1760 году он предпринял попытку исследования страны с участием населения, в том числе с участием детей. М. В. Ломоносов сыграл важную роль в становлении краеведения. Составляя первый географический атлас России, он разослал по всем губерниям России специальную анкету, содержащую 30 вопросов о природных богатствах, истории и жизни населения, городов, губерний и провинций России. Таким образом в своей анкете (1760 г.) он стремился привлечь «малых, особливо крестьянских детей» [2] к поискам «неизвестных руд, дорогих металлов и камней» [2].

Следовательно, историческое краеведение представляет собой область целенаправленной педагогической деятельности, рассчитанной на изменение качественных параметров отношения человека к поступательному развитию России через изучение и развитие истории своего края [3].

Таким образом краеведение в дореволюционный период рассматривалось как учёными, так и педагогами-практиками в качестве обязательного компонента образования и духовно-культурного облика личности исходя из таких принципов:

1. признание – важности роли краеведения в образовании;
2. приобщение к истории, географии края к познанию мира от близкого к далекому, от частного к общему;

3. указание на большой воспитательный потенциал краеведения в становления личности человека и личности гражданина и др. [4]

Иными словами, роль краеведения неоценима в контексте социально-педагогических задач, которые стоят перед отечественным образованием.

В контексте обозначенных выше позиций стоит акцентировать внимание на роль краеведения в обучении студентов, которые поступили на направление подготовки «Туризм» в Российский государственный гуманитарный университет. Практический опыт автора статьи позволяет рассмотреть возрастающую роль и значимость краеведения в рамках преподаваемой им дисциплины «Экология туризма» для обучающихся программы прикладного бакалавриата третьего курса очного отделения.

Итак, целями освоения дисциплины «Экология туризма» являются:

повышение уровня экологического мировоззрения у студентов, изучающих данную дисциплину;

пополнение комплекса базовых экологических знаний обучающихся;

формирование способности оценивать возможные последствия своей профессиональной деятельности в области туристической деятельности на природные процессы.

Темы, изучаемые в рамках данного предмета очень разнообразны и среди них, всегда значим краеведческий аспект: введение в экологический туризм; глобальные экологические проблемы современности, взаимосвязь экологических и социальных кризисов; ресурсы и виды экологического туризма; мировые регионы и центры экологического туризма; экологический туризм в России; менеджмент экологического туризма; особенности экологической и экономической оценки различных видов природных рекреационных ресурсов; туристский продукт национальных парков; экологическое право в туристической деятельности; этика и безопасность экологического путешествия [5, 6].

При реализации социально-педагогической функции педагогики краеведения и каждой конкретной системы образования, необходимым условием которой является мировоззренческий подход, открытая

методология и индивидуализация. Именно они способствуют становлению и развитию социально-активной личности, то есть социализации её (приспособлении обучающегося в социальной, урбанизированной и природной сферах), другими словами можно назвать этот процесс адаптацией.

Литература

1. Андреева О. С. Роль эколого-географического краеведения в экологическом образовании молодежи в вузе // Проблемы региональной экологии. – 2013. – № 3. – С. 184-189.
2. Иванов А. И. Роль краеведения в дополнительном образовании // Иднакар: методы историко-культурной реконструкции. – 2015. – № 4. – С. 100-103.
3. Семёнов Д. Ю. О роли краеведения в реализации образовательных стандартов // Молодой ученый. – 2016. – № 6. – С. 81-83.
4. Сударикова Е. В. Педагогические основы обучения историческому краеведению студентов учреждений высшего профессионального образования туристского профиля: канд. пед. наук: 13.00.08. – Москва, 2000. – 221 с.
5. Третьяков А. Л. Туристско-краеведческое просвещение обучающихся в современных социокультурных условиях // Экологическое равновесие: структура географического пространства: матер. VII Междунар. науч.-практ. конф., 11 ноября 2016 г. / отв. ред. Т. С. Комиссарова. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 285-288.
6. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (уровень бакалавриата) [Электронный ресурс]: утв. приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 516. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://imek.org/files/43.03.02%20%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%20(%D0%A4%D0%93%D0%9E%D0%A13++.pdf, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 24.02.2018).

Олена Панькевич
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА СТУДЕНТІВ-ДОКУМЕНТОЗНАВЦІВ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ЕФЕКТИВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

Анотація. *У роботі доведено значущу роль науково-дослідної роботи студентів поза навчальним процесом на прикладі організації науково-дослідної роботи студентів професорсько-викладацьким складом кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету.*

Ключові слова: науково-дослідна робота, студенти-документознавці, заклад вищої освіти.

Аннотация*. В работе доказано значимую роль научно-исследовательской работы студентов на примере организации научно-исследовательской работы студентов профессорско-преподавательским составом кафедры информационной деятельности и медиа-коммуникаций Одесского национального политехнического университета.*

Ключевые слова: научно-исследовательская работа, студенты-документоведы, высшее учебное заведение..

Abstract. *The work of the students of the Odessa National Polytechnic University based on the example of the organization of research work of the students by the faculty of the department of information activity and media communications has been proved.*

Key words: research work, students-documentologists, institution of higher education.

Згідно Закону «Про вищу освіту», одним з найважливіших принципів сприяння сталого розвитку суспільства є підготовка конкурентоспроможного людського капіталу та створення умов для освіти протягом життя, а також забезпечення розвитку наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності у вищих навчальних закладах та їх інтеграції з виробництвом.

Одним із базових завдань, які передбачені законом, є формування у закладах вищої освіти (ЗВО) особистості шляхом патріотичного, правового, екологічного виховання, утвердження в учасників освітнього процесу моральних цінностей, соціальної активності, громадянської позиції та відповідальності, здорового способу життя, вміння вільно мислити та самоорганізовуватися в сучасних умовах. Це означає, що науково-дослідна робота студентів є невід`ємною складовою частиною навчання і підготовки кваліфікованих фахівців, здатних самостійно вирішувати професійні, наукові й управлінські завдання, займати активну громадянську позицію.

Ґрунтовний аназіз наукової та навчально-методичної літератури надав нам можливість встановити, що в наш час традиційною залишається система студентської науково-дослідної роботи, яка розгортається за такими напрямами:

– навчально-дослідницька робота (вивчення спецкурсів; виконання курсових, бакалаврських, магістерських робіт; виконання дослідницьких завдань під час навчальних практик тощо);

– науково-дослідна робота, що виконується у позанавчальний час (робота в наукових гуртках, проблемних групах; участь у наукових конференціях, семінарах; співробітництво у виконанні робіт з держбюджетної тематики; публікації в наукових виданнях, збірниках праць); організаційно-масові заходи (предметні олімпіади, огляди, конкурси наукових робіт тощо).

В аспекті нашого дослідження будемо розглядати науково-дослідну роботу студентів, що виконується саме у позанавчальний час.

Важлива роль в організації науково-дослідної діяльності студентів належить професорсько-викладацькому складу, який допомагає виявити здібності та потенціал студентів і мотивувати їх до науково-дослідної роботи. При організації роботи студентів, з об‘єкта навчальних і виховних впливів майбутній фахівець перетворюється на суб‘єкта пізнавальної, дослідної діяльності і збагачує її вже самим фактом свого розвитку [1]. Варто наголосити на тому, що основоположним принципом даної роботи є особиста зацікавленість викладача у більш якісному оволодінні студентами певною науковою дисципліною.

Велике значення для підвищення інтересу студентів до науково-дослідної роботи поза навчальним процесом є *участь у науково-практичних конференціях*.

Тісна та плідна комунікаційна взаємодія між учасниками української документознавчої науки відбувається насамперед завдяки конференціям у режимі «живого» спілкування, які дають можливість дослідникам не лише оприлюднити результати наукових розвідок, а й так би мовити очно обмінятися досвідом [2]. Яскравим прикладом є участь наших студентів у Міжнародній науково-практичній конференції «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття», яка проводиться щорічно кафедрою інформаційної діяльності та медіа-комунікацій (ІДМК) Одеського національного політехнічного університету (ОНПУ) з 2008 року, що готує протягом 15-ти років менеджерів-документознавців, фахівців соціально-ділових комунікацій для установ, підприємств, рекламно-інформаційних компаній та інших організацій.

Також студенти ОНПУ та інших ЗВО України активно беруть участь у Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих науковців «Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації», що дає можливість підвищити логіко-професійний рівень студентів та фахівців різних галузей знань, залучити молодь до обговорення й вирішення актуальних питань сучасної науки.

Ряд учасників науково-дослідної роботи були рекомендовані до участі у наукових конференціях які проводилися іншими закладами вищої освіти України. Так, наші молоді дослідники щорічно беруть активно участь, наприклад, у Всеукраїнській науково-практичній конференції «Інформаційна діяльність, документознавство, бібліотекознавство: історія, сучасність, перспективи» (Київ), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Перспективні напрямки сучасної електроніки, інформаційних і комп'ютерних систем (MEICS) тощо. На цих та багатьох інших заходах, що проводяться випускаючими кафедрами України за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» майбутні фахівці ретельно готують доповіді та виступають з результатами своєї наукової роботи, що дає їм можливість оцінити свою роботу на тлі інших і зробити відповідні висновки.

Одним із основних способів апробації наукових результатів майбутніх документознавців *є участь в олімпіадах*, як найбільш поширеної і масової форми організації науково-дослідної роботи студентів поза навчальним процесом.

Вже четвертий рік поспіль за підтримки Міністерства освіти і науки України в Одеському національному політехнічному університеті кафедрою ІДМК буде організовано й проведено ІІ етап Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність». Студенти (наприклад, у минулому році було 50 учасників олімпіади з 18-ти закладів вищої освіти України) мали можливість підтвердити не лише високий рівень сформованих теоретичних знань та практичних вмінь, а й виявити здатність до системного та творчого вирішення професійних завдань. Варто відзначити, що методологічною основою олімпіади були пошук, обробка, узагальнення інформації та створення зручної системи навігації для навчальної бази даних за допомогою СКБД Microsoft Access.

Важливими напрямами у розвитку творчого мислення та виявлення талановитої молоді є *участь у конкурсах*, що дають можливість створити в університеті систему широкого залучення студентів до участі у науково-дослідній діяльності.

Так, за минулий навчальний рік наші студенти проявили себе як справжні науковці та отримали призові місця, наприклад, у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» (ІІ тур) студентка групи МІД-121 А. Городніченко під керівництвом Тетяни Анатоліївни Лугової отримала Диплом І ступеня. У Всеукраїнському відкритому конкурсі короткометражного кіно, соціальних роликів до Міжнародного дня захисту дітей студенти групи ІД-161 Є. Кочанжи, А. Петрусьова, А. Зачко під керівництвом Вікторії Юріївни Сікорської отримали Грамоту за І місце тощо.

Студенти кафедри ІДМК беруть участь у роботі *наукового гуртка «Культура. Інформація. Освіта»* (ОНПУ, Одеська національна бібліотека ім. М. Грушевського, НТБ ОНПУ під керівництвом доц. каф. ІДМК Тетяни Леонідівни Бірюкової, доц. каф. ІДМК Тетяни Федорівни Коляди-Березовської). Науковий гурток – організаційне утворення на кафедрі ІДМК, учасниками якого є широке коло

студентів, яке формується за напрямком наукової діяльності кафедри відповідно до затверджених тематичних планів роботи кафедри. Метою роботи студентського наукового гуртка є виявлення найбільш здібних і талановитих, схильних до науково-дослідної роботи студентів; поглиблення дослідження за проблематикою наукової діяльності кафедр за участю студентів; залучення обдарованих студентів до науково-дослідної діяльності.

Апріорі важливим для підвищення інтересу майбутніх фахівців кафедри ІДМК до науково-дослідної роботи поза навчальним процесом є *участь у літературно-мистецькому студентському клубі «Літературний сад»* (ОНПУ, Одеська національна бібліотека ім. М. Грушевського. літературно-мистецькі майданчики м. Одеси та України, тематичні літературні альманахи (м. Хмельницький, Видавництво Л. Стасюк) під керівництвом доц. каф. ІДМК Тетяни Леонідівни Бірюкової).

Відмітимо, що з метою підвищення ефективності науково-дослідної роботи студентів кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій в Одеському національному політехнічному університеті та більш тісного взаємозв’язку з навчальним процесом у кожного наукового керівника є група ініціативних студентів, які займаються вирішенням певної проблеми.

Таким чином, правильно організована науково-дослідна робота студентів-документознавців, що виконується у позанавчальний час є ефективним методом професійної підготовки фахівців нової формації у закладах вищої освіти України.

Література

1. Кобзєв В. Е., Руденко Т. О., Кобзєва І. М. Науково-дослідна діяльність студентів як запорука успішної підготовки фахівців вищої школи // Друкується за рішенням вченої ради Бердянського державного педагогічного університету. – 2017. – С. 69.

2. Спрінсян В. Комунікаційне середовище документознавства в Україні (на прикладі Міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття») / В. Спрінсян, О. Панькевич // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 5. – С. 47-49.

Интизор Норова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

ИЗМЕНЕНИЕ СУБЪЕКТА ОБРАЗОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ

Аннотация: *чтобы обозреть перспективы использования ИКТ для поддержки того или иного предметного курсанужно хотя бы на время выйти за пределы обыденных подходов и обозреть проблему с высот общего контекста тенденций образования, которое, в свою очередь, вписано в более широкие рамки общественного развития*

Ключевые слова: *традиционная педагогика, субъект образование, медиум, программное обеспечения, дистанционное обучение, ИКТ, педагогические программные средства, мультимедиа, компьютер*

Анотація: *щоб оглянути перспективи використання ІКТ для підтримки того чи іншого предметного курсанужно хоча б на час вийти за межі звичайних підходів і оглянути проблему з висот загального контексту тенденцій освіти, яке, в свою чергу, вписано в більш широкі рамки суспільного розвитку*

Ключові слова: *традиційна педагогіка, суб'єкт освіту, медіум, програмне забезпечення, дистанційне навчання, ІКТ, педагогічні програмні засоби, мультимедіа, комп'ютер*

Abstract: *in order to survey the prospects for using ICT to support a particular subject course, it is necessary at least temporarily to go beyond the ordinary approaches and to survey the problem from the heights of the general context of educational trends, which, in turn, is inscribed in the broader framework of social development*

Keywords: *traditional pedagogy, subject education, medium, software, distance learning, ICT, pedagogical software, multimedia, computer*

Стремительное развитие ИКТ позволяет по-новому взглянуть и на пресловутого субъекта образования. С нашей точки зрения, субъект

любого культурного действия – это всегда более чем один человек. Поскольку любое образование как культурный феномен непременно имеет в качестве инструмента те или иные знаково-символические средства, оперируя которыми, любой из обучающихся вступает в те или иные диалогические отношения с ними. Любая культурная деятельность есть диалог в одной ихтрех систем «Я – Я», «Я – Другой», «Я – Текст» (в широком смысле). И диалог этот невозможен без и вне медиума – тех или иных знаково-символических средств. Такой подход требует пересмотра отношения к обучающему программному обеспечению вообще и особенновДО.

ИКТ в образовании есть порождение новых социально-исторических обстоятельств, и, если мы будем вписывать их в прежнюю образовательную парадигму, компьютер в процессе образования будет не более чем техническим средством обучения. Мы предлагаем посмотреть на компьютер и образовательное ПО не как на одно из технических средств обучения (ТСО), а как на педагогические программные средства (ППС), не только выполняющие техническую поддержку учебного процесса, а и содержащие в себе педагогическую функцию носителя чистого знания, способного вступить в самостоятельный диалог с обучающимся без привнесения субъективного момента. Здесь возникает еще один вопрос о характере диалога. Подобный диалог может осуществляться (организовываться) различными способами.

Во-первых (традиционная педагогика), ИКТ в обучении могут строиться в соответствии с традиционным содержанием образования. В этом случае обучающее ПО аккумулирует некоторую информацию и вынуждает студента по достаточно жесткому сценарию оперировать этим знанием. При таком подходе компьютер программирует ученика и, по сути дела, выступает в качестве субъекта образования в традиционном понимании. Этот подход строится в рамках традиционной педагогической парадигмы в терминах каузальных отношений.

Во-вторых (альтернативная педагогика), студент обращается к компьютеру как носителю некоторой информации и вступает в диалог сообразно собственным потребностям (так поступает любой

пользователь, работающий в сетях, или человек, обращающийся к справочнику или словарю, художественной книге или академичной энциклопедии). Здесь уже не машина, а студент управляет компьютером и вступает с ним в диалог как с носителем (субъектом) некоторой активности; обучающийся «программирует» компьютер, т.е. сам манипулирует им. Данный подход, в отличие от каузального, является стохастическим и наиболее предпочтительным при ДО. Обучение студентов мыследеятельностив условиях неопределенности, плюралистического и иронического (неуниверсалистского) отношения к знанию является, на наш взгляд, наиболее адекватным в современных цивилизационных и культурных условиях. Традиционное обучение с опорой на личный опыт и знания ученика, учет его индивидуальных особенностей как фактор, вносящий неопределенность в учебный процесс, допускающий игру случая, рассматриваются как прерогатива учебного процесса, и особенно в гуманитарном образовании.

По-видимому, нет смысла спорить о том, какой же из двух вышеназванных подходов является предпочтительным. Каждый из них выполняет собственную функцию и адекватен прагматическим задачам в границах собственной применимости. Гуманитаризация образования в целом должна состоять не в решении вопроса о том, каким дисциплинам или подходам к обучению отдавать предпочтение. В современных условиях необходимо учить студентов действовать по меньшей мере двумя равноправными способами, т.е. изучать один и тот же объект дважды: в рамках и каузальной, и стохастической парадигм. Первая дает прочное знание основ наук, вторая – указывает границы применимости первой и открывает возможности для творческого развития. Две педагогики – традиционная и альтернативная – выполняют разные педагогические задачи, формируют разные типы умственных действий. Главное здесь – операционально дифференцировать в учебном процессе эклектичное соединение каузального и стохастического подходов, так как сам педагог зачастую не отдает себе отчета, в какой (причинно-следственной или вероятностной) парадигме он действует в данный промежуток времени. Нужно четко видеть педагогическую задачу в целом и дифференцировать ее реализацию применительно к

конкретному учебному заданию, предъявляемому студенту, с учетом формы обучения (очной, заочной) или дистанционного способа обучения в целом.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.

2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html

3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

Нозима Шарипова
Гулмира Эрдонова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

ИНФОРМАЦИОННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ТЕХНОЛОГИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: *Современные дидактика и методика обучения знают множество подходов к организации учебного процесса. И число их постоянно множится, хотя во всем мире традиционные подходы к образованию еще остаются доминирующими.*

Ключевые слова: *методика обучения. организация учебного процесса, программное обеспечения, дистанционное обучение, ИКТ, мультимедиа, компьютер*

Анотація: *Сучасні дидактика і методика навчання знають безліч підходів до організації навчального процесу. І число їх постійно збільшується, хоча у всьому світі традиційні підходи до утворення ще залишаються домінуючими.*

Ключові слова: *методика навчання. організація навчального процесу, програмне забезпечення, дистанційне навчання, ІКТ, мультимедіа, комп'ютер*

Abstract: *Modern didactics and methods of teaching know many approaches to the organization of the learning process. And the number of them is constantly multiplying, although throughout the world the traditional approaches to education still remain dominant.*

Keywords: *teaching methods. organization of educational process, software, distance learning, ICT, multimedia, computer*

Современные дидактика и методика обучения знают множество подходов к организации учебного процесса. И число их постоянно множится, хотя во всем мире традиционные подходы к образованию еще остаются доминирующими. Система же образования в Республике целенаправленно ориентирована на эволюционное развитие. Еще не ясно, противоречит или благоприятствует такой подход

информационным компьютерным технологиям в учебном заведении, во всяком случае, нет никаких препятствий для подключения ИКТ к образовательному процессу при использовании дистанционного способа обучения.

Однако работа со знанием как таковым, умение работать с информацией, множественность знаний ставят вопрос об их легитимности, который был весьма удачно выражен французским философом Ж.-Ф.Лиотаром: «Кто решает, что есть знание; и кто знает, как нужно решать?».

Современный мир плюралистичен, соответственно, множественны и образовательные подходы. Тем не менее выделим две глобальные тенденции развития образования:

1) Традиционный подход. Его особенность заключена в утверждении, что содержание образования является внешним по отношению к ученику;

2) Альтернативный подход постулирует, что содержанием образования является духовный мир самого ученика, а знания выступают в качестве инструмента культурного оформления этого мира.

Каждая их этих тенденций имеет право на жизнь и может с успехом реализовываться в учебном процессе. Но именно разведение и принципиальное несмешивание этих тенденций способны заложить методологический фундамент решения проблемы информатизации образовательного процесса.

При этом нужно помнить, что знание эпохи информационно-компьютерной революции – это полидисциплинарное и/или межпредметное знание. Первому свойственно описывать явления из разных сфер на основе единой метаметодологии. Другому – одновременно использовать данные разных наук, без обращения к единой методологии. Но в обоих случаях каждая из составляющих поли- или междисциплинарного знания не должна смешиваться и отождествляться с другой. ИКТ как инструмент осуществления социальной коммуникации служат гуманитарным задачам, но в качестве инструмента своего осуществления используют данные точных наук и наоборот. Благодаря информатизации, грань между

естественными и гуманитарными дисциплинами общественной жизни прекращает быть непреодолимой.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.
2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html
3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

Дилдора Алимова
Бухарский инженерно технологический институт
Бухара, Узбекистан

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Аннотация: *необходимость совмещения каузального и вероятностного подхода к образованию позволяет наметить некоторые общие подходы к специфике информатизации образования, которое, апеллируя к индивидуальности, может рассматриваться как тяготеющее к альтернативным педагогическим подходам и формам обучения*

Ключевые слова: *информатизация образования, дистанционная образования, информатизация общества, программное обеспечения, педагогические программные средства*

Анотація: *необхідність суміщення каузального і імовірнісного підходу до утворення дозволяє намітити деякі загальні підходи до специфіки інформатизації освіти, яке, апелюючи до індивідуальності, може розглядатися як тяжіє до альтернативних педагогічним підходам і формам навчання*

Ключові слова: *інформатизація освіти, дистанційна освіти, інформатизація суспільства, програмне забезпечення, педагогічні програмні засоби*

Abstract: *the necessity of combining the causal and probabilistic approach to education allows us to outline some general approaches to the specifics of the informatization of education, which, appealing to individuality, can be viewed as gravitating toward alternative pedagogical approaches and forms of instruction*

Keywords: *informatization of education, distance education, informatization of society, software, pedagogical software*

Необходимость совмещения каузального и вероятностного подхода к образованию позволяет наметить некоторые общие подходы к специфике информатизации образования, которое, апеллируя к

индивидуальности, может рассматриваться как тяготеющее к альтернативным педагогическим подходам и формам обучения. В идеале обучающее ПО должно совмещать в себе возможности альтернативного и традиционного обучения, а также его эффективность в условиях ДО. Для этого при разработке обучающих педагогических программных средств (ППС) важно учитывать следующие особенности:

1) Необходимо различать ППС, ориентированные на задачи как традиционного, так и альтернативного образования.

2) ППС должны охватывать программу официального курса обучения и предоставлять студентам возможность для работы с ним по сценариям, приближенным к обычному традиционному обучению.

3) ППС могут использоваться для организации как систематического обучения, так и эпизодического.

4) ППС совмещают в себе обучающую, контролирующую и поисковую функции.

5) ППС используются в аудиторных, внеаудиторных занятиях и при самостоятельной работе (самообразование).

6) ППС должны не уступать, а существенно превосходить по объему содержание официальных учебников, дабы удовлетворять более широким познавательным потребностям пользователей, что необходимо прежде всего при ДО.

7) ППС содержат описание одного и того же учебного материала либо на нескольких разных уровнях, либо разными способами (многоуровневое и многокомпонентное знание).

8) ППС могут настраиваться по желанию преподавателя или студента сообразно актуальным задачам обучения или самообразования.

9) ППС сопровождаются методической литературой, ориентированной на профессиональных педагогов и самих студентов, занимающихся самостоятельной работой.

10) ППС должны содержать в себе модуль, диагностирующий пробелы в знаниях студентов, и в автоматическом режиме предлагать им материал, способствующий ликвидации этих пробелов.

11) Дидактическое наполнение ППС может использоваться и в некомпьютерной форме обучения, для чего программа должна снабжаться системой печати.

12) Программа может вести учет работы каждого из обучающихся, отслеживать динамику его успехов/неуспехов и давать рекомендации по оптимальной организации работы в той или иной области.

13) Вся учебная и справочная информация должна быть представлена в ППС более чем одним способом, что позволит студенту обращаться к тому или иному пласту знаний на разных уровнях его представления и в разных формах.

14) ППС, используемые в условиях достаточно широкого распространения ДО, должны иметь программные модули, предназначенные для сбора и обработки необходимой информации руководством учебных заведений и специалистами системы управления образованием.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.
2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html
3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

Нафиса Раджабова
Академический лицей Бухарского медицинского института
Бухара, Узбекистан

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Аннотация: *За короткое время информационно-коммуникационные технологии стали неотъемлемой частью образования. Они с успехом обеспечивают функционирование современного делопроизводства образовательных учреждений, применение ИКТ в различных предметных областях, использование Internet - ресурсов, мультимедийных образовательных комплексов, и все это непременно способствует повышению качества образования и становится движущей силой в развитии инновационной деятельности образовательных учреждений*

Ключевые слова: *образование, информатизация, ИКТ, интернет, мультимедиа, компьютер, дистанционное обучение, медиатека*

Анотація: *За короткий час інформаційно-комунікаційні технології стали невід'ємною частиною освіти. Вони з успіхом забезпечують функціонування сучасного діловодства освітніх установ, застосування ІКТ в різних предметних областях, використання Internet - ресурсів, мультимедійних освітніх комплексів, і все це неодмінно сприяє підвищенню якості освіти і стає рушійною силою в розвитку інноваційної діяльності освітніх установ*

Ключові слова: *освіта, інформатизація, ІКТ, інтернет, мультимедіа, комп'ютер, дистанційне навчання, медіатека*

Annotation: *In a short time, information and communication technologies have become an integral part of education. They successfully ensure the functioning of modern office work of educational institutions, the use of ICT in various subject areas, the use of Internet resources, multimedia educational complexes, and all this certainly contributes to improving the quality of education and becomes the driving force in the development of innovative activities of educational institutions*

Keywords: *education, informatization, ICT, Internet, multimedia, computer, distance learning, media library*

В развитом информационном обществе востребованным становится то образовательное учреждение, которое обеспечивает реализацию функционально-грамотного ученика, способного успешно адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям социальной среды.

Информационные технологии позволяют реализовывать принципы дифференцированного и индивидуального подхода к обучению. На занятии преподаватель дает возможность каждому обучаемому самостоятельно работать с учебной информацией, что позволяет ему детально разобрать новый материал по своей схеме. Используя системы мультимедиа, позволяющие объединить возможности компьютера и знания учителя, стало возможным использование электронных учебников, энциклопедий, словарей, дистанционных учебные курсов, электронных телеконференций которые более наглядно, красочно и с мобильным доступом информации позволяют ученикам получать знания.

Благодаря новым мультимедиа технологиям, стало возможным использовать компьютерные программы как иллюстративный материал, проводить тестирование и контрольные работы, решать творческие задачи, участвовать в дистанционных уроках, сочетать традиционные домашние задания с заданиями, для выполнения которых используются компьютеры и др.

С получением школы интерактивных досок, процесс применения информационно-коммуникационных технологий при обучении предметным дисциплинам получил совершенно иную окраску. При работе с мультимедийными технологиями учащиеся с самого начала вовлечены в активную познавательную деятельность. В ходе такого обучения они учатся не только приобретать и применять знания, но и находить необходимые для них средства обучения и источники информации, уметь работать с этой информацией.

Бурное развитие электронных и оптических методов хранения, передачи, обработки и предъявления информации дает возможность широко и эффективно использовать компьютерные методы обучения на уроках.

В учебном процессе привлекаются материалы из различных источников, включая школьную медиатеку, а также региональные и глобальные ресурсы Интернета. Уровень и количество техники позволяет нашим ученикам выбирать такие темы проектов, которые стимулируют обучение и дают хорошую возможность продемонстрировать широкие возможности учебной дисциплины. Например, одним из образовательных ресурсов, которые в своей работе применяют учителя школы, является сайт "Открытый колледж" http://www.college.ru. Разделы "Открытого Колледжа" по биологии, химии, физике, астрономии, географии и математике объединяет содержание учебного курса на компакт-дисках и индивидуальное обучение через Internet. Все разделы оснащены визуальной информацией (видеофрагментами процессов и явлений, демонстрациями опытов, статистическими и динамическими моделями, предметными виртуальными лабораториями, схемами, диаграммами). Для педагогов на сайте представлены стандарты образования, учебные планы и методические разработки по различным предметным дисциплинам.

В современных условиях проблема изучения и развития исследовательских возможностей учащихся приобретает совершенно новое содержание и смысл в учебном процессе. Дальнейшее реформирование и демократизация школы дали новый импульс этой проблеме, предоставив учителю оперативный простор в выборе методов и средств в деле достижения программных целей и приобщения учащихся к самостоятельной творческой деятельности на классных и внеклассных занятиях. Один из путей решения этой проблемы - это разработка принципов и средств развития творчества учащихся, системы планомерного проведения исследовательской работы учащихся в школе.

В результате современного этапа развития Интернет происходит расширение культурного, гуманитарного кругозора человека. Интернет несет в себе большой потенциал образовательных услуг. Образовательные услуги призваны удовлетворять потребности пользователя в различных сферах и аспектах образования,

образовательной деятельности. Помимо этого Интернет еще является и хорошей возможностью рекламы образовательного учреждения.

Незаменимо применение компьютера в качестве средства самообразования. Все активней используются ресурсы сервисы Интернета: во всемирной паутине уже появились определенные предпочтения. Этоофициальные сайты, образовательные и методические ресурсы, сайты посвященные определенным предметным областям и другие.

Применение информационных технологий не только улучшает качество обучения, но помогает решать и другие важные задачи, например, по повышению конкурентоспособности и привлекательности учебы, улучшению качества анализа учебной деятельности и эффективности принимаемых управленческих решений, более рациональному использованию рабочего времени учителя.

На сегодняшний день, современный руководитель школы осуществляет эффективно свою деятельность в том случае, если применяет информационные технологии и обладает информационной культурой.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.
2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html
3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

Хайдар Муминов
Бухарский инженерно технологический институт
Бухара, Узбекистан

СОПОСТАВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ БЕСКОМПЬЮТЕРНОГО И КОМПЬЮТЕРНОГО ОБУЧЕНИЯ

Аннотация: *Представим возможности компьютерного и бескомпьютерного обучения в виде таблицы. При этом будем отталкиваться от идеальной модели организации педагогических программных средств, основные возможности которых были приведены выше, уделяя определенное внимание психологическим аспектам учебной деятельности.*

Ключевые слова: *образования, программные средства, дистанционное обучение, ИКТ, компьютер, интернет, учебной деятельности*

Анотація: Уявімо можливості комп'ютерного та бескомпьютерного навчання у вигляді таблиці. При цьому будемо відштовхуватися від ідеальної моделі організації педагогічних програмних засобів, основні можливості яких були наведені вище, приділяючи певну увагу психологічним аспектам навчальної діяльності.

Ключові слова: освіти, програмні засоби, дистанційне навчання, ІКТ, комп'ютер, інтернет, навчальної діяльності

Abstract: Let's imagine the possibilities of computer and computer-free learning in the form of a table. In doing so, we will start from the ideal model of the organization of pedagogical software, the main possibilities of which were given above, paying particular attention to the psychological aspects of educational activity.

Keywords: education, software, distance learning, ICT, computer, Internet, educational activities

Если задаться целью сколько-нибудь детально сопоставить дидактические возможности бескомпьютерной и компьютерной форм обучения, то абсолютные и приоритетные позиции педагога окажутся существенно поколеблены. При этом надо помнить, что специальным

образом составленноеь ПО позволяет учитывать субъективность студента в изложении учебных предметов, что далеко не всегда может расцениваться как негативный фактор.

Представим возможности компьютерного и бескомпьютерного обучения в виде таблицы. При этом будем отталкиваться от идеальной модели организации педагогических программных средств, основные возможности которых были приведены выше, уделяя определенное внимание психологическим аспектам учебной деятельности.

Таблица 1. Сопоставление возможностей бескомпьютерного и компьютерного обучения в ДО

Вид деятельности – функция	**Бескомпьютерное обучение**	**Компьютерное обеспечение предметного курса**
Программа самообразования	Педагог не может в полной мере осуществлять управление процессом самообразования студента, может только направлять студента, мотивировать его на самостоятельную работу	Соответствующее ПО может обеспечить весь процесс самообразования студента при условии наличия у него мотивов к учебной деятельности
Подготовка к занятию	Преподаватель может лишь дать задание для самостоятельной работы	ПО позволяет выполнять задания в интерактивном режиме
Организация занятия	Педагог лучше компьютера отслеживает атмосферу занятия и динамичнее управляет процессом занятия	Управление познавательной деятельностью студентов происходит индивидуально и в темпе, приемлемом для студента
Организация самостоятельной работы	Преподаватель не способен обеспечить постоянное выполнение самостоятельной работы в интерактивном режиме, а также немедленную обратную связь	Программное средство способно обеспечить постоянное выполнение самостоятельной работы в интерактивном режиме, немедленную обратную связь

Коммуникативная функция	Общение на занятиях в аудитории носит «усредненный» характер. Для привлечения внимания студентов преподаватель зачастую вынужден прибегать к приемам и методам, нередко лишь косвенным образом связанным с выполнением образовательной функции	Коммуникативная функция ППС утилитарна и не выходит за рамки образовательных задач, что не может рассматриваться как исключительно негативный фактор, поскольку снижается опасность попадания студента в психологическую зависимость от преподавателя
Обучающая функция	Массовый характер современного образования не позволяет осуществлять оперативную индивидуализацию и дифференциацию учебной деятельности студентов	ППС способны полнее и оперативнее обеспечивать индивидуализацию и дифференциацию учебной деятельности студентов
Информационно-справочная функция	В условиях массового обучения педагог не способен ответить на вопросы всех без исключения студентов в аудитории	Адекватно организованное ПО позволяет оперативно реагировать на познавательные запросы и затруднения каждого студента
Управление познавательной деятельностью	Индивидуализированное управление познавательной деятельностью всего аудиторного коллектива практически невозможно	Управление познавательной деятельностью осуществляется в комфортном для студентов темпе
Функция корректировки знаний и деятельности	При традиционном обучении эта функция может выполняться педагогом в весьма ограниченном диапазоне	Коррекция знаний и деятельности может осуществляться немедленно
Контролирующая функция	Данная функция, за исключением проверки творческих работ, является рутинной. Она отнимает не	Наиболее успешно реализуемая функция при выполнении типовых заданий.

	только силы и время педагога, но и сопряжена со значительными психологическими проблемами	Психологические проблемы студентов в процессе контроля не связываются с персоной педагога
Функция динамического учета пробелов в знаниях	Осуществление этой функции сопряжено с большими сложностями в силу ограниченности ресурсов человеческой памяти и разнообразия причин возникновения пробелов в знаниях студентов. Педагог может удержать лишь несколько параметров причин пробелов в знаниях	Как наиболее рутинная функция, распадающаяся на множество составляющих, должна быть передана машине
Обеспечение психологического комфорта	Педагог – живой человек и может быть и предвзятым, и психологически нестабильным	Компьютер нельзя обвинить в предвзятости, несправедливости и неблагородстве. Кроме того, некоторые студенты, испытывающие дискомфорт от публичных ответов и оценок их деятельности, окажутся в более комфортных условиях

Возникновение и интенсивное развитие информационных компьютерных технологий ставят систему университетского образования перед необходимостью реагирования на них. Компьютеры и средства коммуникации являются теми технологическими достижениями, которые радикально изменяют все стороны жизнедеятельности человека. Появление ИКТ знаменует собою вступление человечества в новую эру. Системе образования как социальному институту, призванному готовить людей к полноценной социальной жизни посредством передачи знаний, норм деятельности и

культурных ценностей, необходимо трансформировать собственную жизнедеятельность применительно к меняющимся условиям.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.
2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html
3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

Мадина Бобожонова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

ТЕНДЕНЦИИ СТАНОВЛЕНИЯ ПРОЦЕССА ИНФОРМАЦИИ

Аннотация: *системе образования, как минимум, необходимо готовить молодое поколение к необходимым манипуляциям, обеспечивающим весь спектр деятельности и открывающим доступ к информации и оперированию с ней*

Ключевые слова: *трансформация общества, информационное сообщество, социальные изменение, автоматизация доступа, национальные информационные ресурсы, ИКТ, интернет, мультимедиа, компьютер*

Анотація: *системі освіти, як мінімум, необхідно готувати молоде покоління до необхідних маніпуляцій, що забезпечує весь спектр діяльності і відкриває доступ до інформації та оперування з нею*

Ключові слова: *трансформація суспільства, інформаційне співтовариство, соціальні зміна, автоматизація доступу, національні інформаційні ресурси, ІКТ, інтернет, мультимедіа, комп'ютер*

Abstract: *At least the education system needs to prepare the younger generation for the necessary manipulations that ensure the full range of activities and open access to information and operating with it*

Key words: *society transformation, information society, social change, access automation, national information resources, ICT, Internet, multimedia, computer*

Трансформация общества в информационное сообщество позволяет и предусматривает предвидение основных социальных изменений. К важнейшим из них можно отнести следующие:

1) Каждый человек, коллектив или организация из любого места и в любое время на основе автоматизированного доступа получает выход к любой информации, необходимой для осуществления их жизнедеятельности и решения приватных и общественно значимых задач. Системе образования, как минимум, необходимо готовить

молодое поколение к необходимым манипуляциям, обеспечивающим весь спектр деятельности и открывающим доступ к информации и оперированию с ней.

2) Осуществление предыдущего тезиса невозможно без функционирования в сообществе информационной технологии. Наличие такой технологии требует уже сегодня определенной стандартизации и унификации образовательного ПО сообразно с теми изменениями, которые несет миру информационное общество.

3) В сообществе должны существовать условия, обеспечивающие создание и функционирование национальных информационных ресурсов, которые обеспечивают:

а) научно-технологические потребности страны;

б) управление социальной сферой жизнедеятельности;

в) развитие национальной экономики и культуры.

Государство с большой натяжкой может считаться вступившим в этап создания информационного общества, если основная часть знаний, информации и интеллектуальных технологий поступает из-за рубежа: из США, Западной Европы и Японии.

В мировом сообществе осуществляется интенсивный процесс автоматизации всех отраслей производства и управления. Система образования все в большей мере приобретает черты производительной силы общества, удельный вес и социальная значимость которой неуклонно возрастает. Без подготовленного населения невозможно ни интенсивное развитие общества, ни динамичное реагирование его на стремительно изменяющийся мир. Во многих государствах мира уже пришли к осознанию того, что любые масштабные изменения в обществе надо начинать с реформ в сфере образования.

В обществе существенно снижается число занятых в традиционных сферах производства, не связанных с использованием ИКТ, происходят изменения социальных структур, радикально расширяется сфера информационной деятельности и услуг. Структура занятости населения и уровень его образованности, традиционная ориентация экономики на наукоемкие технологии создают благоприятные социальные условия для формирования высокоразвитого информационного общества. Особенность

геополитического положения страны и ограниченность природных ресурсов делают интеллект нации основным достоянием и условием обеспечения жизнеспособности в рамках глобальной экономической и технологической конкуренции.

Фундаментальная задача системы образования – готовить молодежь к жизни в стремительно изменяющихся социальных условиях, поскольку отставание в сфере информатизации в целом и в самой системе образования в частности с некоторого момента может стать исторически необратимым и некомпенсируемым.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.
2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html
3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

Дилфуза Артикова
Бухарский инженерно технологический институт
Бухара, Узбекистан

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТИПЫ ГУМАНИТАРНОГО ОБУЧАЮЩЕГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Аннотация: *современные информационные коммуникационные технологии открывают достаточно широкие возможности для информатизации гуманитарного образования и использования их в дистанционном образовании*

Ключевые слова: *современные ИКТ, дистанционная образования, педагогические программные средства, перспективные подходы*

Анотація: *сучасні інформаційні комунікаційні технології відкривають досить широкі можливості для інформатизації гуманітарної освіти та використання їх в дистанційній освіті*

Ключові слова: *сучасні ІКТ, дистанційна освіти, педагогічні програмні засоби, перспективні підходи*

Abstract: *modern information and communication technologies offer quite ample opportunities for informatization of humanities education and their use in distance education*

Keywords: *modern ICT, distance education, pedagogical software, perspective approaches*

Современные ИКТ открывают достаточно широкие возможности для информатизации гуманитарного образования и использования их в ДО. Более того, сама задача широкого внедрения ИКТ в педагогический процесс может стать катализатором развития информационных технологий как таковых, поскольку последние получают возможность вторгнуться в область личностных отношений, общения, человеческого самопостижения, проникнуть в тайны человеческого мышления и творчества. При разработке ППС нужно исходить из предельно возможных задач, потому что, во-первых, высокие темпы развития информационных технологий делают бессмысленным производство ПО, заведомо обреченного на

моральную и технологическую старость; во-вторых, для сокращения непроизводительных затрат и во избежание ненужных работ.

На сегодняшний день видятся следующие перспективные подходы в разработке ППС:

1) Генеративный подход. Сущность данного подхода состоит в том, что пользователь (независимо от того, преподаватель это или студент) на основе имеющихся баз данных и знаний создает необходимые ему учебные задания, исходя из актуальных задач обучения. Разумеется, чтобы обеспечивать учебный процесс на основе индивидуальных потребностей, базы данных должны обладать определенной степенью избыточности и разнообразия.

2) Генеративно-диагностический подход. Он отличается от предыдущего тем, что генерирует актуальные задания по результатам предварительной диагностики ментальных и деятельностныхxарактеристик студента (например, на основе карты пробелов знаний). Разработка такого ПО требует серьезной психолого-педагогической подготовки, обеспечения и сопровождения.

3) Поисковый (навигационный) подход. Специфика подхода состоит в том, чтобы создать такие поисковые системы, которые позволяли бы осуществлять не просто формальные, но и смысловые связи между отдельными фрагментами информации, по определенным алгоритмам находить знания в общем информационном поле, что является актуальным для пользователя. Разработка подобных ППС требует решения многих практических задач, прежде всего наличия специально структурированных баз информации и систем поиска, основанных на разработках в области искусственного интеллекта.

4) Эвристический (риторический) подход. Эвристический подход позволяет сформировать у студентов навыки опровержения и/или доказательства определенных суждений, творческого формулирования темы размышлений и высказываний, написания текстов о различных явлениях (группах явлений), процессах (группах процессов), понятиях (группах понятий) и т. п. В самом общем виде эвристические программы представляют собой группы специально организованных вопросов, отвечая на которые студенты приобретают навыки риторического поведения. Следует обратить особое внимание на то

обстоятельство, что компьютерные программы-эвристики необычайно широко используются в системе среднего и высшего образования США, где на сегодняшний день их насчитывается уже несколько десятков.

5) Экспертный (экспертно-корректирующий) подход. Сущность экспертного подхода состоит в том, что по мере продвижения студента в поле знаний ППС делают выводы о характере интеллектуальных действий студента, его способностях, наличных знаниях и опыте и т. п. ППС предлагают студенту рекомендации и/или ставят перед необходимостью совершения конкретных практических или мыслительных действий, актуальных для решения тех или иных образовательных задач (не только обучающих, но и воспитывающих). Программы такого типа позволяют напрямую обращаться к личному опыту обучающихся, а также с их помощью может осуществляться рационализация и знаково-символическое (культурное) оформление иррациональной и эмоционально-чувственной сфер студентов.

6) Машинные учебные фонды призваны содержать в себе достаточно объемную информацию в той или иной предметной области, снабжаться необходимыми системами управления и данными, позволяющими структурировать ту или иную актуальную информацию сообразно с задачами образования. Машинные фонды учебной информации не следует путать с современными электронными энциклопедиями или иными информационно-справочными средствами. Это пополняемые массивы информации, над которыми постоянно ведется работа по адаптации тех или иных сведений к организации целенаправленной образовательной деятельности.

7) Программы развития. Образовательные программы в ДО могут использоваться не только для поддержки и осуществления процесса обучения (сугубо когнитивного, т. е. познавательного), но и для развития иных областей (психологической поддержки, коррекции и т. п.). Например, на Западе используются программы, которые имеют условное название «Акселераторы личностного развития». Подобное ПО все активнее внедряется в систему образования, главным образом в Великобритании и США, и призвано решать несколько задач:

а) снятие личностных психологических проблем студентов;

б) развитие способностей студентов;

в) осуществление информационного дозирования.

Методологической основой для разработки подобного ПО служат теории порождающей и трансформационной грамматик и искусственного интеллекта, на основе которых возникла и интенсивно развивается новая область психолого-педагогического знания – нейролингвистическое программирование. «Акселераторы личностного развития» могут рассматриваться как программы воспитания и коррекции психологических проблем педагогическими средствами или средствами педагогической психологии.

8) Программы эстетического творчества в ДО. К данному типу программ могут быть отнесены учебные и стандартные графические, музыкальные редакторы, учебные мультипликационные студии. Такие программы наиболее целесообразно использовать в организации интегрированного обучения. Например, работая в анимационной студии, студенты пишут сценарий мультфильма или спектакля, рисуют, режиссируют, монтируют, озвучивают его. В процессе подобной деятельности обучающимся приходится одновременно решать множество прикладных задач из разных областей знаний.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.
2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html
3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

Дилафруз Мухаммедова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УЧРЕЖДЕНИЯ, ПРЕПОДАВАТЕЛЬ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Аннотация: *чтобы обозреть перспективы использования ИКТ для поддержки того или иного предметного курсанужно хотя бы на время выйти за пределы обыденных подходов и обозреть проблему с высот общего контекста тенденций образования, которое, в свою очередь, вписано в более широкие рамки общественного развития*

Ключевые слова: *традиционная педагогика, программное обеспечения, педагогическое сознание, информатизация учебного процесса, ИКТ, мультимедиа, компьютер*

Анотація: *щоб оглянути перспективи використання ІКТ для підтримки того чи іншого предметного курсанужно хоча б на час вийти за межі звичайних підходів і оглянути проблему з висот загального контексту тенденцій освіти, яке, в свою чергу, вписано в більш широкі рамки суспільного розвитку*

Ключові слова: *традиційна педагогіка, програмне забезпечення, педагогічне свідомість, інформатизація навчального процесу, ІКТ, мультимедіа, комп'ютер*

Abstract: *in order to survey the prospects for using ICT to support a particular subject course, it is necessary at least temporarily to go beyond the ordinary approaches and to survey the problem from the heights of the general context of educational trends, which, in turn, is inscribed in the broader framework of social development*

Keywords: *traditional pedagogy, software, pedagogical consciousness, informatization of the educational process, ICT, multimedia, computer*

Преподаватели отнюдь не однозначно встречают идею компьютеризации преподавания того или иного предмета на основе ИКТ. Одни не верят в компьютеризацию учебного процесса из-за ее

высокой стоимости; другие пребывают в убеждении, что «умная машина» никогда не заменит «живого» преподавателя; третьи указывают на то, что ЭВМ вредит здоровью студента и т.п. Каждый из подобных аргументов имеет право на жизнь, если остается в пределах обыденного педагогического сознания.

Очевидность такова: мы оказались современниками интенсивного становления цивилизации нового типа – информационного общества, в возникновении которого решающую роль сыграли информационные компьютерные технологии. При этом все претерпевает радикальные изменения: материальное производство и мировоззрение, быт и образование, общение и искусство меняют не только свои внешние очертания, но и внутренние механизмы – содержание деятельности. Хотим мы того или не хотим, системе образования придется считаться с новой реальностью – ИКТ, появление которых, как некогда изобретение паровой машины, радикально меняет лицо нашей цивилизации. Иными словами, речь пойдет не столько о том, что можно сделать здесь и сейчас под влиянием сиюминутных эмоций, обыденных моделей повседневного существования, с самооправдывающейапелляцией к ограниченности наших ресурсов, а с точки зрения глобальных цивилизационных и культурных процессов. При создании обучающих программ необходимо исходить не с позиций сиюминутной нужды, а опираться на модели желаемого будущего, иначе неизбежно и техническое отставание, и непроизводительные материальные и интеллектуальные затраты.

ИКТ бросают вызов традиционной педагогике. Прежде всего это обнаруживается в том, что создание ПО (программного обеспечения) непосредственно для учебного процесса является экспликацией и алгоритмизацией деятельности педагога. Педагогическое сознание – это особое практическое сознание, отличительными особенностями которого являются эклектизм и синкретизм. В силу этих особенностей деятельность педагогов является в значительной степени иррациональной, интуитивно-творческой. Для того чтобы компьютер мог полноценно, с точки зрения традиционного педагогического мышления, обучать, машину нужно научить выполнять операции, во

многом имитирующие действия педагога. Ему-то эта задача представляется нереализуемой, поскольку самим носителем педагогического сознания его деятельность в должной мере не рационализируется, не дифференцируется, не представляется дискретной и операциональной. Решение подобной проблемы является особенно важным при ДО, так как способность самостоятельного обучения в этом случае становится основной дидактической задачей.

Общество во все времена требовало от преподавателя сочетания массы функций. Педагог должен не только прекрасно знать предмет, уметь доходчиво излагать его, не только обладать определенными ораторскими талантами, быть носителем высокой нравственности, эстетично выглядеть и прочее, но еще и любить студентов. Поистине божественное сочетание функций! Или опасная иллюзия? Требовать подобного от компьютера никому и в голову не придет. Педагогика создала иллюзорный образ преподавателя, едва не обожествив его. Учительство присвоило себе презумпцию знания еще со времен Я.А.Коменского, позабыв, что преподаваемые им знания отнюдь ему не принадлежат.

Преподаватель – это не ученый-первооткрыватель, а во многом – репродуктор и транслятор знаний. Даже сами Ньютон или Евклид не могут быть названы эксклюзивными собственниками того знания, которое они оформили в более или менее строгой форме. Владельцем знания является не его конкретный носитель, а культура в целом. С этой точки зрения у содержания образования нет хозяина или эксклюзивного владельца: оно анонимно и общедоступно. И вопрос о худшем/лучшем образовании не есть вопрос о том, кто собственник и монопольный распорядитель знания. В нашем случае им является преподаватель, который, привнося в преподавание и личностный компонент, может как содействовать успешному учебному процессу, так и вредить ему.

Вопрос о профессионализме педагога не есть вопрос о том, хорошо или плохо он знает предмет. Преподаватель вуза (университета) не является автором того знания, которое он доносит своим студентам. Он такой же потребитель и интерпретатор (а следовательно, и источник «информационных шумов») этого знания,

как и сам студент, разве что более подготовленный. В этом смысле искусство обучения может рассматриваться не как процесс трансляции знаний (с минимальной их интерпретацией преподавателем ради профилактики искажений), а как организация общения студентов со знанием, что в принципе является основным при ДО. Таким образом, основная задача педагогики состоит в практическом решении вопроса о том, как внеязыковая информация (эмоции, чувственный опыт, желания и др.) переводится в культурную знаково-символическую форму.

Информатизация учебного процесса рассматривается нами как отдельный случай (пусть и обладающий огромным удельным весом) глобального процесса медиатизации (масс-медиа+ ИКТ) общественной жизни. При этом надо иметь в виду, что система образования имеет дело с особой информацией, у которой есть свои, чисто образовательные особенности, позволяющие не столько давать знания, сколько учить эти знания добывать, селектироватьи распоряжаться ими. А это задача сугубо гуманитарная, независимо от того, какая предметная область знаний осваивается в учебном заведении, естественнонаучная или человековедческая.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамова Е.И. Применение информационных технологий в средне-профессиональных учреждениях // Общество в эпоху перемен: Формирование новых социально-экономических отношений. Материалы международной научно-практической конференции (17 декабря 2008 г.), Ч. 1. Саратов, 2009. С. 9—10.
2. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html
3. Оптимизация рабочей среды педагога в условиях информатизации образовательного процесса // Проблемы современного образования. Материалы II международной научно-практической конференции (10—11 сентября 2011 г.). Пенза — Улан-Удэ — Ереван, 2011. С. 39—42. Абрамова Е.И. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть II. – Новосибирск: СибАК, 2011.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Нафиса Зиявитдинова, Фуркат Жалолов
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара, Узбекистан

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. *У даній статті розглядаються роль інформаційного менеджменту в правильній організації діяльності компанії, завдання та цілі інформаційного менеджменту, а також основні тенденції подальшого розвитку інформаційного менеджменту в підприємствах.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются роль информационного менеджмента в правильной организации деятельности компании, задачи и цели информационного менеджмента, а также основные тенденции дальнейшего развития информационного менеджмента в предприятиях.*

Annotation. *This article examines the role of information management in the proper organization of the company's activities, the objectives of information management, as well as the main trends in the further development of information management in enterprises.*

В современных условиях либерализации экономики одной из важнейших задач является совершенствование процессов управления, в числе которых применение современных информационных технологий является залогом результативности работы практически любых организаций. Эффективное управление организацией сегодня невозможно без управления ее информационной деятельностью, всей системой корпоративной информации.

Информационная деятельность организации находится в тесной взаимосвязи с информационным менеджментом.

Информационный менеджмент – это управление информационными процессами и информационной инфраструктурой

в учреждении с целью повышения эффективности принимаемых управленческим аппаратом решений.

Информационный менеджмент - технология, компонентами которой являются документная информация, персонал, технические и программные средства обеспечения информационных процессов, а также нормативно установленные процедуры формирования и использования информационных ресурсов.

Информационный менеджмент включает в себя: планирование, организацию, координацию и контроль информационной деятельности и процессов, а также коммуникации внутри организации с целью улучшения качества и эффективности ее работы.

Одной из главных задач информационного менеджмента является составление четкого представления о следующем:

- какая информация (по содержанию);
- кому (какой категории потребителей);
- когда (к какому сроку или на каком этапе работы);
- в какой форме (на каком уровне агрегирования) следует
- информацию представить, чтобы потребитель в имеющееся у него
- время смог с пользой ее усвоить.

Информационный менеджмент - технология, компонентами которой являются документная информация, персонал, технические и программные средства обеспечения информационных процессов, а также нормативно установленные процедуры формирования и использования информационных ресурсов.

Для определения понимания сущности информационного менеджмента необходимо принимать во внимание ряд положений:

- ✓ условие и средство делового общения;
- ✓ средство доведения до общества сведений об организации;
- ✓ источник сведений о внешней среде;
- ✓ товар.

Целью информационного менеджмента является обеспечение эффективного развития организации посредством регулирования различных видов её информационной деятельности.

К числу основных задач информационного менеджмента относится:

1. Качественное информационное обеспечение процессов управления в организации;
2. Осуществление управления информационными ресурсами;
3. Обеспечение управления обработки информации на всех уровнях;
4. Интерфейсная задача - обеспечение управления коммуникациями.

Информация может быть представлена в различном виде:

- ✓ в виде массива документов;
- ✓ в виде документной информации;
- ✓ в виде средства общения.

Под управлением подразумевается не только принятие решения, но и весь комплекс управленческих действий. Информационный менеджмент касается всех функций управления современной организации.

Информационный менеджмент необходим:

- на предприятиях-производителях программных продуктов;
- на предприятиях, занимающихся реализацией программных продуктов;
- на предприятиях-потребителях информационных систем;
- на предприятиях, работающих в IT-консалтинге.

Понятие информационного менеджмента имеет различную трактовку в разных странах:

Немецкая школа понимает под IT-менеджментом весь комплекс задач менеджмента в сфере создания и использования информационных ресурсов.

Английская школа трактует IT-менеджмент как комплекс задач управления, связанных с информационными системами.

Российское определение IT-менеджмента: круг задач управления, решение которых обеспечивает достижение целей предприятия за счет эффективного и согласованного управления ресурсами информационных технологий и ресурсами предприятия.

Признаки компании с высоким уровнем реализации информационного менеджмента определяют следующие показатели:

- ✓ высшее руководство компании способно описать процедуры информационного менеджмента в компании;

- ✓ наиболее прямое участие высшего менеджмента в процедурах принятия стратегических решений в ИМ;
- ✓ наличие чётких целей бизнеса для осуществления инвестиций в ИТ;
- ✓ наличие динамики по уменьшению перемен в управлении.

Признаки неэффективного информационного менеджмента на предприятии показывают следующие ситуации:

- ✓ высшее руководство ощущает низкую рентабельность от инвестиций в ИТ;
- ✓ ИТ часто являются преградой для осуществления новых стратегий компании;
- ✓ медленное или противоречивое действие механизмов принятия решений в ИТ;
- ✓ высшее руководство не может объяснить процедуры в рамках ИМ на предприятии;
- ✓ проекты ИТ не укладываются в сроки или бюджет;
- ✓ аутсорсинг рассматривается как быстрое решение проблем;
- ✓ частая смена механизмов управления.

Эксперты считают, что 80% компаний не используют новые технологии именно из-за неспособности понять ИТ и лишь 20% - из-за отсутствия соответствующих знаний и навыков у сотрудников ИТ-отделов

Тенденции дальнейшего развития информационного менеджмента на предприятиях:

- ▪ постоянное увеличение роли ИТ как ресурса в реализуемых технологиях;
- ▪ повышение ценности и конфиденциальности накапливаемой информации;
- ▪ перевод всё большего количества процессов в онлайн;
- ▪ увеличение потребности в мобильности процессов ИМ и применяемых ИТ;
- ▪ увеличение доли аутсорсинга в вопросах управления инфраструктурой (ИТ услугами).

Внедрение информационного менеджмента играет важную роль в использовании компаниями информационных ресурсов.

Информационные ресурсы – это совокупность данных, организованных для получения достоверной информации; документы и массивы документов, отдельные и в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, базах данных и знаний и т.д.). К ним относятся рукописные, печатные и электронные документы, содержащие нормативную, распорядительную и другую информацию по различным направлениям деятельности организации.

Таким образом, для повышения эффективности работы того или иного предприятия, необходимо учитывать каждый аспект профессиональной деятельности, в том числе, коммуникабельную способность персонала компании, правильное управление информацией. Информационный менеджмент, будучи связующим звеном в управлении деятельностью всего предприятия, является залогом согласованной работы всей иерархической системы компании, что обусловливает повышение уровня организации работы на несколько ступеней выше и результативность производительности труда.

Литература:

1. Ананьева Т.Н. Информационный менеджмент в системе социологического знания. - М., 2000. - 406 с
2. Гринберг А.С., Король И.А. Информационный менеджмент. – М.: Юнити–Дана, 2003. – 479 с.
3. Лопатина Н.В., Оленев С.М. Информационный менеджмент: Учебное пособие/ ИПКИР.– М., 2007. – 193 с.

Тетяна Бірюкова, Олена Зибіна
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ВИШУ

У статті розкривається необхідність змін в електронних комунікаціях управління інформацією та документацією вишу, в аналізі їх впливу на його конкурентоспроможність у європейському та світовому вимірах, ефективність застосування інноваційних технологій.

Ключові слова: інформаційний менеджмент, інноваційні технології, електронна комунікація.

В статье раскрывается необходимость изменений в электронных коммуникациях управления информацией и документацией вуза, в анализе их влияния на его конкурентоспособность в европейском и мировом измерениях, эффективность применения инновационных технологий.

Ключевые слова: информационный менеджмент, инновационные технологии, электронная коммуникация.

The article reveals the necessity of changes in the electronic communications of information and documentation management, in the analysis of their impact on its competitiveness in European and world dimensions, and the efficiency of the application of innovative technologies.

Key words: information management, innovative technologies, electronic communication.

Незалежний статус вишів, встановлений у Законі України «Про вищу освіту» [1], дає можливість закладу самостійно формувати методи, методики, форми аудиту та моніторингу для проведення власної самооцінки. Але необхідність звітування перед різноманітними контролюючими органами призводить до того, що інформаційні системи вищих навчальних закладів, як і раніш, працюють переважно на формування зовнішніх звітів, замість

оцінювання якості освіти та аналізу звітів самооцінки. Тим часом, у світовому середовищі освітніх послуг, все більш важливим для якості освіти вважають стан інформаційного менеджменту вишу. Ці істотні протиріччя потребують доскональних змін самої концепції системи інформаційного менеджменту вищої ланки освіти та кожного конкретного закладу окремо.

Мета і головні завдання дослідження полягають у з'ясуванні необхідності змін у побудові електронних комунікацій управління інформацією та документацією ВНЗ, в аналізі їх впливу на його конкурентоспроможність, можливу ефективність використання викладацького потенціалу для оновлення порядку заповнення звітів і застосування інноваційних технологій.

Перебудова та радикальне вдосконалення менеджменту у вищих навчальних закладах пов'язана, у першу чергу, із впровадженням новітніх технологій у документно-інформаційних системах, які повинні супроводжуватися фундаментальним переосмисленням і радикальним перепроектуванням освітніх процесів для досягнення їх максимального ефекту. Відбуватиметься виокремлення кожного процесу, з метою зменшення вертикальних рівнів управління за рахунок передачі управлінських прав на факультетський та кафедральний рівень, підсилення горизонтальних зв’язків завдяки розподілу ролей у процесах між фахівцями, незалежно від їх приналежності до різних підрозділів.

Однією з інноваційних технологій якісного управління вишу є комунікаційна система документно-інформаційного забезпечення менеджменту, на яку покладається забезпечення повноцінного виконання вишами своїх функцій і здійснення взаємозв'язку між уповноваженими за управління на місцях і в адміністративних відділах.

Необхідну інформацію для моніторингу освітньої діяльності, виші обов'язково вносять до ЄДЕБО. Головним призначенням цієї електронної бази з питань освіти є забезпечення органів державної влади, місцевого самоврядування, фізичних та юридичних осіб інформацією у галузі освіти щодо навчальних закладів, документів про освіту та наукові ступені, результатів зовнішнього незалежного

оцінювання, перебігу вступної кампанії до навчальних закладів, студентських квитків державного зразка, іншою інформацією. Структура і функціонал цієї бази спрямовані на здійснення контролю за діяльністю ВНЗ і мало придатні для обробки інформації у середині вишів. Також її можливості обміну інформації між ЄДЕБО та внутрішніми інформаційними системами освітніх закладів дуже обмежені.

Опитування викладачів одеських та інших вишів України, включене спостереження та аналіз web-сайтів надає змогу стверджувати:

- побудова інформаційних систем ВНЗ здійснюється на підходах, обумовлених потребами зовнішньої звітності;
- внутрішня інформація не завжди є якісною, не оновлюється з часом, або оновлюється нерегулярно (наприклад, дані про склад підрозділів, керівництво, приймальні години, наукову діяльність, накази по навчальному закладу та його підрозділам, зміни у розкладі, графік перескладань, кураторських годин, наявність дистанційних курсів, методичного забезпечення дісциплін навіть інформація про зміни у назві підрозділів − все це, як правило, навіть якщо й висвітлюється на сайті, має неструктурований вигляд, або подається у вигляді новин, що унеможливлює відношення до даної інформації як до офіційного документу);
- майже повна ізольованість (окрім сайту і електронної пошти) внутрішніх інформаційних систем кожного окремого підрозділу також не сприяє здійсненню аналітичного дослідження стану справ у конкретному вишу;
- на практиці кожен статистичний звіт для вищих органів освіти, ліцензійні або акредитаційні справи, рівно як і документи внутрішнього значення, кожного разу формуються як результат неймовірної трати своїх зусиль викладачами та співробітниками інших підрозділів;
- європейські акредитаційні агенції також потребують відповідності змісту і структурі інформації вишів до світових стандартів, але через неможливість порівняти основні показники діяльності вітчизняних навчальних закладів із загальноприйнятими

європейськими і світовими ВНЗ, навіть подання заявок на участь у міжнародних рейтингах стає проблематичним;

- практика постійної зміни освітніх форм звітності призвела до того, що інформаційні масиви вітчизняних вишів важко не тільки адаптувати, але й просто виробити прийнятні алгоритми їх обробки.

На нашу думку, інноваційні технології інформаційного менеджменту покликані забезпечити:

- перехід на світову систему документно-інформаційного забезпечення діяльності вишу;
- аналіз статистичних даних вишу за формою європейського та світового зразка;
- надання можливості виокремлення необхідних даних з наявного документно-інформаційного масиву;
- можливість отримання документів вільного доступу за умови використання всіма структурними підрозділами однієї інформаційно-комунікаційної системи;
- вивільнення викладачів та інших співробітників від необхідності кожного разу складати статистичні звіти за новою формою, а тільки вносити кількісні та якісні показники;
- переорієнтацію на особистісно-орієнтовану форму навчання, що передбачає наявність ресурсу для індивідуальної, самостійної та дистанційної роботи;
- створення ефективної та перспективної моделі управління ВНЗ.

Література

1. Про вищу освіту [Електронний ресурс]: Закон України // Відомості Верховної Ради . – 2014. – № 37-38. – Ст.2004 (Із змінами, внесеними згідно із Законом № 2233-VIII від 07.12.201; поточна редакція від 01.01.2018, підстава 2233-19). – Режим доступу: http: // zakon2.rada.gov.ua /laws/show/1556-18.

Олена Татакі, Ярослава Сидорчук
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК РЕЗУЛЬТАТ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Розглядаються сутність публічно-приватного партнерства та ознаки, які зумовлюють його ефективність при залученні приватного бізнесу. Визначено результат інформаційно-аналітичної діяльності у сфері державного управління як державно-приватне партнерство.

Ключові слова: *публічно-приватне партнерство, державний партнер, приватний партнер, інформаційно-аналітична діяльність, сфера державного управління.*

Рассматриваются сущность государственно-частного партнерства и признаки, которые обусловливают его эффективность при привлечении частного бизнеса. Определен результат информационно-аналитической деятельности в сфере государственного управления как государственно-частное партнерство.

Ключевые слова: *государственно-частное партнерство, государственный партнер, частный партнер, информационно-аналитическая деятельность, сфера государственного управления.*

The essence of public-private partnership and features that determine its effectiveness in attracting private business are considered. The result of informational-analytical activity in the field of public administration as a public-private partnership is determined.

Keywords: *public-private partnership, state partner, private partner, informational-analytical activity, sphere of public administration.*

У зв’язку зі швидкими змінами соціальної реальності, які викликані активним розвитком інформаційних технологій і громадянського суспільства, постає потреба у впровадженні нових моделей та підходів державного управління, заснованих на кооперації зусиль різних суб’єктів соціального та економічного розвитку задля

досягнення спільних соціально значущих цілей. За таких обставин надзвичайно важливим сьогодні стає питання ефективного співробітництва державного управління та сфери бізнесу саме з метою налагодження взаємовигідних стосунків щодо покращення економічної, політичної, соціальної ситуації у нашій державі. Саме публічно-приватне партнерство є одним із механізмів реалізації політики модернізації економіки України, вирішення важливих соціально-економічних проблем. Його висока ефективність як форми взаємодії держави та бізнесу доведена досвідом багатьох країн світу [4, 22].

Науковці, які своїми дослідженнями зробили вагомий внесок у розвиток теорії і практики взаємодії між державою і бізнесом, у своїх працях окреслюють проблеми сутності та механізм публічно-приватного партнерства [4], [5]. Інформаційно-аналітична діяльність та, зокрема, інформаційно-аналітичне забезпечення державно-управлінських рішень виступали об’єктом дослідження таких українських науковців, як В. Бакуменко, В. Бебик, Т. Брус, С. Здіорук, А. Дєгтяр, В. Дзюндзюк, Ю. Кальниш, О. Котуков, Г. Почепцов, Ю. Сурмін, Ю. Шаров та ін. [1], [2]. При цьому малорозробленими залишаються прикладні технології та процедури застосування інформаційної аналітики за умов використання нових концепцій державного управління, зокрема, щодо реалізації публічно-приватного партнерства. Варто відзначити, що допоки науковці нашої країни ототожнюють поняття «публічно-приватне партнерство» та «державно-приватне партнерство».

У 2010 році Верховною Радою України був прийнятий Закон «Про державно-приватне партнерство» [7], який визначає організаційно-правові засади взаємодії державних партнерів з приватними партнерами та основні принципи державно-приватного партнерства на договірній основі. Відповідно до статті 1 цього Закону, сутність державно-приватного партнерства (ДПП) складає співробітництво між державним та приватним партнерами, що здійснюється на договірній основі, причому:

державний партнер – це держава, територіальні громади в особі відповідних державних органів та органів місцевого самоврядування;

приватний партнер – це юридичні особи, крім державних та комунальних підприємств, або фізичні особи – підприємці.

У рамках здійснення ДПП можуть укладатися договори про концесію, спільну діяльність, управління майном, змішаний договір та інші договори.

Основними ознаками механізму ДПП, що зумовлюють його ефективність при залученні приватного бізнесу, є [6]:

- надання прав управління (користування, експлуатації) об’єктом партнерства або придбання, створення (будівництво, реконструкція, модернізація) об’єкта державно-приватного партнерства з подальшим управлінням (користуванням, експлуатацією), за умови прийняття та виконання приватним партнером інвестиційних зобов'язань відповідно до договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства;
- фіксація у договірних відносинах «державного інтересу»;
- довгостроковість відносин (від 5 до 50 років);
- передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;
- внесення приватним партнером інвестицій в об’єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством.

За даними центральних та місцевих органів виконавчої влади в Україні [3]:

- станом на 1 січня 2017 року на засадах державно-приватного партнерства реалізувалося 186 договорів (укладено 154 договорів концесії, 32 договір про спільну діяльність, 1 договір державно-приватного партнерства);
- станом на 1 січня 2018 року на засадах державно-приватного партнерства, за уточнюючими даними, на підконтрольній Україні території було укладено 191 договір, з яких реалізуються 182 (157 договорів концесії, 24 договори про спільну діяльність, один договір державно-приватного партнерства), а 9 договорів не реалізуються (4 договори – закінчено термін дії, 3 договори – розірвано, 2 договори – призупинено).

Зазначені договори реалізовуються у таких сферах господарської діяльності: обробка відходів (116 договорів, що становить 64,7 % від загальної кількості); збір, очищення та розподіл води (39 договорів, що

становить 21,4 % від загальної кількості); будівництво та/або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури (7 договорів, що становить 3,9 % від загальної кількості); виробництво, транспортування й постачання тепла (10 договорів, що становить 5,5 % від загальної кількості); виробництво, розподілення та постачання електричної енергії (2 договори, що становить 1,1 % від загальної кількості); управління нерухомістю (2 договори, що становить 1,1 % від загальної кількості); пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування (1 договір, що становить 0,6 % від загальної кількості); інші (3 договори, що становить 1,7 % від загальної кількості) [3].

Варто зауважити, що на регіональному рівні інформаційно-аналітичною підтримкою прийняття управлінських рішень займається, зокрема, «Обласний інформаційно-аналітичний центр» [8]. Тому, вибір проектів для реалізації та приватних партнерів може стати пріоритетним завданням цього підприємства. Оскільки, аналіз існуючої ситуації у регіоні стосовно можливості реалізації державно-приватного партнерства потребує значних матеріально-технічних затрат, із залученням сучасних інформаційно-комунікативних технологій, можемо говорити про необхідність визначення ДПП саме як результату інформаційно-аналітичної діяльності у сфері державного управління на регіональному та державному рівнях.

Перспективним вбачається подальше дослідження прикладних технологій та процедур застосування інформаційної аналітики щодо реалізації державно-приватного партнерства саме у галузі культури і мистецтва, враховуючи досвід інших країн, зокрема, збільшення кількості проектів стосовно підтримки існуючих і створення нових просвітницько-культурних закладів, інформаційних центрів, рекламних агентств тощо.

Література

1. Дєгтяр А.О. Державно-управлінські рішення: інформаційно-аналітичне та організаційне забезпечення / А.О. Дєгтяр. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2004. – 224 с.

2. Дзюндзюк В.Б. Основи інформаційно-аналітичної діяльності в державному управлінні : навч. посіб. / [В.Б. Дзюндзюк, О.А. Котуков, Т.В. Кузнякова, Г.В. Даудова]. – Х. : Вид-во ХаРІ НАДУ «Магістр», 2013. – 192 с.
3. Довідка щодо результатів здійснення ДПП (2017 рік) [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.me.gov.ua/Documents/ZagalniiOgliad. – Заголовок з екрану.
4. Залознова Ю.С. Публічно-приватне партнерство в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку / Ю.С. Залознова, Н.В. Бутенко, І.П. Петрова // Економічний вісник Донбасу. − 2016. − № 2 (44). − С. 21-28.
5. Запатріна І.В. Публічно-приватне партнерство в Україні: перспективи застосування для реалізації інфраструктурних проектів і надання публічних послуг / І.В. Запатріна // Економіка і прогнозування. − 2010. − № 4. − С. 62-86.
6. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://me.gov.ua
7. Про державно-приватне партнерство [Електронний ресурс] : Закон України № 2404-17 від 01.07.2010 [чинний, поточна редакція від 24.05.2016]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2404-17
8. Татакі О.О. Обласний інформаційно-аналітичний центр як складова удосконалення інформаційної діяльності Одеської облдержадміністрації / О.О. Татакі // зб. мат. ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих науковців «Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації» (Одеса, 24-25 березня 2016 р.). – С. 153-157.

Анна Сакута
Одесский национальный политехнический университет
Одесса, Украина

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация: *В данной статье рассмотрены понятие информационного менеджмента, его внедрение в деятельность организаций, формирования и эксплуатации корпоративных информационных систем. Подробно рассматриваются функции информационного менеджмента, состав и содержание которых отображает специфику автоматизированной обработки информации.*

Ключевые слова: *информационный менеджмент, информационные ресурсы, корпоративные информационные системы (КИС), информатизация, ИТ-технологии*

Одной из важнейших задач настоящего времени можно назвать совершенствование процессов управления, в числе которых применение современных информационных технологий является залогом результативности работы практически любых организаций. Эффективное управление организацией сегодня невозможно без управления ее информационной деятельностью, всей системой корпоративной информации. Таким образом, сформировался информационный менеджмент, система, включающая в себя главные аспекты экономики, документоведения и ИТ-технологий. [1, с.5]

Информация является связывающей основой процесса управления, поскольку содержит необходимые для оценки ситуаций и принятия управленческих решений ведомости, благодаря которым руководитель получает возможность действовать сознательно и аргументированно. Процесс управления требует постоянного усвоения и обработки информации, необходимого для поддержки стабильности и развития производственно-хозяйственной организации. [3, с.343] Термин «информационный менеджмент» в последние годы употребляется все чаще и чаще притом, что сама формулировка термина не вполне корректна. Сам по себе менеджмент, т. е.

управление в социально-экономических системах, осуществляется только лишь посредством информационного воздействия, без которого любая функция управления неосуществима. Однако термин «информационный менеджмент» достаточно устоялся, и в настоящих условиях нет необходимости в пересмотре его формулировки. Определение «информационный» просто подчеркивает тот факт, что объект управления связан с информационными видами деятельности в организации. Информационный менеджмент имеет непосредственное отношение к информационной деятельности организации. [1, с. 14]

В любом государстве принципиально важно создать условия беспрепятственного движения по всей территории не только товаров и людей, но и информации. Есть все основания утверждать, что создание информационного общества (единого информационного пространства) является таким же необходимым условием, как и сохранение ее целостности.

Информационное пространство — совокупность информационных ресурсов, информационных систем и коммуникационной среды.

Единое информационное пространство представляет собой совокупность баз и банков данных, технологий их ведения и использования информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их информационных потребностей. Иными словами, единое информационное пространство складывается из следующих главных компонентов:

- *информационных ресурсов,* содержащих данные, сведения и знания, зафиксированные на соответствующих носителях информации;
- *организационных структур,* обеспечивающих функционирование и развитие единого информационного пространства, в частности сбор, обработку, хранение, распространение, поиск и передачу информации;

- *средств информационного взаимодействия* граждан и организаций, в том числе программно-технических средств и организационно-нормативных документов, обеспечивающих доступ к информационным ресурсам на основе соответствующих *информационных технологий.* [2, с.20]

Информационный менеджмент в экономике и бизнесе в последнее времени значительно изменился. Правильная и своевременная информация имеет критическое значение для выработки и осуществления рыночной стратегии и тактики. Именно Интернет становится главным источником и каналом ценной информации о спросе и потребительских интересах, о поставщиках и конкурентах, именно той информации, которую невозможно получить традиционными методами. В условиях тенденции к определенной консолидации бизнеса при сохранении жесткой конкуренции, наблюдается высокая востребованность совершенных информационных технологий, позволяющих менеджерам быстро отображать изменения, происходящее на рынке, более того – их упреждать. Речь, в частности, идет о технологиях, позволяющих принимать решения в режиме реального времени, анализируя и связывая поведение потребителей с возможностями компании. Информация сегодня является движущей силой современного бизнеса и считается наиболее ценным стратегическим активом любого предприятия. Объем информации растет в геометрической прогрессии вместе с ростом глобальных сетей и развитием электронной коммерции. Для достижения успеха в бизнесе необходимо обладать эффективной стратегией хранения, защиты, совместного доступа и управления данными. Благодаря новым технологиям информационное подразделение компании получает возможности:

- управлять неограниченным массивом данных;
- работать с любой информацией, касающейся практически всех сфер деятельности компании, от мониторинга до вопросов внутреннего управления;
- оперативно получать конкретную и самую детальную информацию по интересующему вопросу с учетом необходимых нюансов;

- иметь под рукой и когда надо привлекать архивный материал;
- обеспечивать постоянный доступ к базам [1, с.18-19]

Выбор информационной системы для автоматизации управления предприятием является весьма сложной задачей даже для небольших предприятий. Основная сложность не в самом выборе типа информационной системы, а в том, что от этого выбора могут зависеть результаты деятельности предприятия. Выбор корпоративной системы осуществляется в несколько этапов:

1. подготовительный;
2. анализ объекта и системы управления;
3. осуществление непосредственно выбора системы;
4. выбор организации, занимающейся внедрением;
5. реализация и настройка системы;
6. обучение пользователей;
7. тестовое испытание системы (опытная эксплуатация).

На подготовительном этапе необходимо определить ключевых сотрудников и других участников проекта (как правило – консалтинговые организации), которые будут работать над внедрением системы на предприятие. Если проект масштабный, то необходимо будет создавать проектную группу, которая будет осуществлять не только работы по выбору, но и впоследствии участвовать во внедрении и сопровождении программного обеспечения.

На этапе анализ объекта и системы управления (обследования предприятия) в первую очередь определяется цель автоматизации, и устанавливаются целевые показатели, которые предприятие хочет достичь в результате внедрения ИС. Очевидно, что цель внедрения, как правило, совпадает с целями бизнеса компании. Целевые показатели, в свою очередь, должны быть конкретными и поддаваться числовому подсчету, что позволит оценить итоги автоматизации, например, выручка, прибыль, доля рынка, количество удовлетворенных клиентов и т. п. На их основе и под их влиянием будут разрабатываться требования к ИС, определяться очередность и логические рамки внедрения.

На этапе осуществление выбора системы осуществляется непосредственный выбор системы.

На следующем этапе – *реализации и настройки системы* – поставщик вместе с информационной службой производит установку и настройку системы. Этот этап может продолжаться в зависимости от размера компании от нескольких недель до нескольких месяцев. Параллельно можно переходить и к *этапу обучения пользователей.* В результате внедрения практически всегда происходит реинжиниринг и реструктуризация. Это значит, что сотрудники предприятия будут вынуждены работать по-новому. И проблема не только в том, что их нужно поставить в известность о грядущих изменениях и научить работе в новых условиях. Основная сложность заключается в том, чтобы преодолеть психологическое сопротивление переменам (а как следствие, возможный саботаж), позитивно настроить коллектив. После установки и настройки можно осуществлять *тестовое испытание системы (опытную эксплуатацию)*. Тестирование системы позволяет проверить корректность ее настройки в режиме реального времени в течение определенного отчетного периода. В ходе этого тестирования могут вноситься уточнения в настройку системы, отслеживаться и исправляться ошибки, допущенные на прошедших этапах. [1, с. 99-103]

С позиций системного подхода информационный менеджмент охватывает планирование, организацию, координацию и контроль информационной деятельности и процессов, а также коммуникации внутри организации с целью улучшения качества и эффективности ее работы, развития организации. Использование методологии информационного менеджмента позволит решить многие вопросы теории и практики управления документацией в современных организациях, которые пока разделены барьерами между профессиональными областями, техникой и технологиями, обусловленными традициями и некачественным менеджментом. Единая методология позволит интегрировать документацию и информацию в общий информационный ресурс и построить эффективно действующую информационную инфраструктуру организации на базе массивов документов и информации

(информационных ресурсов), информационных технологий, средств коммуникации и квалифицированных кадров с целью обеспечения с наименьшими затратами эффективного документационного (информационного) обеспечения процессов управления.

Литература

1. Васюхин О. В., Варзунов А. В. Информационный менеджмент: краткий курс. Учебное пособие. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2010. – 115с.;
2. Гринберг А.С., Король И.А. Информационный менеджмент: Учеб. пособие для вузов. − М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. − 415 с. (Серия «Профессиональный учебник: Информатика»);
3. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник.− К.: Академвидав, 2003. – 608 с. (Альма-матер).

ІННОВАЦІЇ В ДОКУМЕНТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Нафиса Зиявитдинова, Шербек Хайитов
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара, Узбекистан

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ДОКУМЕНТООБОРОТА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Анотація. *Дана стаття присвячена питанням удосконалення процесів управління на підприємстві шляхом правильної організації роботи з документацією.*

Аннотация. *Данная статья посвящена вопросам совершенствования процессов управления на предприятии путем правильной организации работы с документацией.*

Annotation. *This article is devoted to the issues of improving the management processes in the enterprise through the correct organization of work with the documentation.*

В современных условиях либерализации экономики одной из наиболее эффективных инноваций в управленческом деле стало совершенствование процессов управления. Залогом успеха управленческой деятельности организации является информация, а сам процесс управления - это сбор, обработка и передача информации. Информация, зафиксированная на бумаге и снабженная необходимым реквизитом, становится документом.

Документы являются информационной основой деятельности организации, поскольку именно в них сосредоточено более 80% ее информационных ресурсов. Документооборот является, по существу, упорядоченным обменом этой информацией между работниками и подразделениями.

Документооборот в организации - это сложная система, требующая постоянного контроля и регулирования и оказывающая значительное влияние на эффективность деятельности организации.

Четко организованный документооборот ускоряет прохождение и исполнение документов в организации.

Документы поступают извне или создаются внутри организации, они регистрируются и направляются для рассмотрения и принятия решений, а принятые решения – для исполнения.

Организация работы с документами влияет на качество работы управления, от того, насколько профессионально ведется документация, зависит успех управленческой деятельности в целом. Все этапы организационной работы обычно документируются. Работа с документами требует специальных знаний и навыков. Документы многообразны и каждый документ - устав, протокол, приказ, справка - имеет свои особенности и правила работы с ними.

Управление предприятием неизбежно требует создания многих видов управленческих документов, без которых невозможно решать задачи планирования, финансирования, кредитования, бухгалтерского учета и отчетности, оперативного управления, кадрового обеспечения деятельности предприятия.

По данным ISO, управление документами становится одним из главных факторов конкурентоспособности любого предприятия. Оно означает особую форму организации работы с документами и данными, координацию процессов создания, изменения и распространения. Правильно организованное управление делами снижает время, необходимое для поиска, повышает точность и своевременность информации, устраняет ее избыточность.

В современных условиях рыночных отношений в хозяйственной и социальной жизни общества актуален вопрос автоматизации документирования, в этих целях в программе информатизации в качестве одной из основных целей указано создание информационной системы, обеспечивающей автоматизацию документооборота. Следует также иметь в виду, что с внедрением данной системы на предприятии, а также использованием локальных сетей, за процессом оборота одних и тех же документов могут отвечать несколько работников: фактически работающие с бумажными документами и работающие с этой же информацией в сети.

Установление порядка движения документов, или управление документацией заключается в создании условий, обеспечивающих хранение необходимой документной информации, ее быстрый поиск и доведение ее до потребителей в установленные сроки и с наименьшими затратами. Таким образом, оно включает в себя организацию документооборота, включая технологию личной работы исполнителей, создание информационно – поисковых систем по документам организации, контроль их исполнения.

При использовании в организации автоматизированной системы документационного обеспечения управления исполнителям обычно пересылается регистрационно-контрольная карточка документа с прикрепленным файлом, содержащим образ самого документа. При этом ответственному исполнителю при необходимости может передаваться и сам бумажный оригинал документа. Использование такой технологии позволяет уменьшить количество бумажных копий документов, ускорить движение документов в организации, сократить трудоемкость обработки документов и повысить оперативность и эффективность выполнения должностных обязанностей.

В одних организациях эти операции выполняются вручную, в других – с помощью средств механизации, в третьих – эти процессы полностью автоматизированы. Но все эти этапы делопроизводственного цикла работы с документами аналогичны. Поэтому грамотный работник управленческого аппарата должен уметь не только правильно составлять и оформлять сами документы, но и знать, какие виды работ выполняются с этими документами.

К сожалению, многие руководители предприятий, работники, отвечающие за документационное обеспечение управления, не знакомы с основами современного делопроизводства, а тем более – с тонкостями ведения документации. Вместе с тем, правильное составление и оформление документов в соответствии с новыми нормативами – важнейшая обязанность работников, имеющих дело с документами.

Решение проблемы управления документацией в современных условиях позволит целенаправленно формировать информационные ресурсы организаций, обеспечивать их эффективное

функционирование, а также открыть доступ потребителям к информационным ресурсам с наименьшими затратами времени, труда и средств.

Существует множество информационных технологий для поддержки рационального делопроизводства и документооборота на предприятии, одной из которых являются электронные технологии.

Проблема электронных технологий в делопроизводстве – это проблема использования в традиционных условиях новейших технологий, ускоряющих процессы на всех стадиях делопроизводства – от документирования до архивного хранения. Характерно, что большинство автоматизированных систем делопроизводства являются именно технологиями в традиционной среде.

Можно назвать три наиболее эффективных направления использования электронных технологий в традиционном делопроизводстве:

1. Подготовка документов с использованием электронных технологий – осуществляется по правилам и с использованием форм и бланков унифицированных документов. На выходе тексты выводятся на бумагу и приобретают в соответствии с действующими правилами форму документов.

2. Электронная передача информации – используется для ускорения ее доставки потребителям с последующим выводом документов на бумагу. Актуальнейшей задачей является определение места факсимильной передачи документа в системе традиционного делопроизводства.

3. Электронная регистрация поступления документов в систему – предполагает включение в единую информационную систему всех поступающих в организацию документов в любой форме на основе единых правил регистрации. На регистрационном массиве строятся учет, поиск, контроль исполнения документов без заведения других регистрационных форм.

Задача документооборота не является изолированной технологической цепочкой в бизнес-процессе организации, движение документов тесно интегрировано с другими подзадачами, решаемыми информационной системой организации. Таким образом, система

автоматизации документооборота должна обеспечивать прикладные интерфейсы, позволяющие встраивать функции передачи и сохранения документов в прикладные системы, функционирующие в организациях, в которых она внедряется.

Бумажный документ представляет собой объект, непосредственно не погруженный в информационную систему, но о котором в информационной системе имеется информация. Разновидностью данного типа документа может быть фотографическая копия документа, микрофиша, изображение, видеозапись и т.п.

Электронный образ документа - копия документа (результат сканирования), хранящаяся в информационной системе. Образ документа, помимо собственно изображения документа, представляющего собой файл в том или ином формате, может содержать некоторый набор свойств, его идентифицирующих (название, категорию, дату создания и пр.)

Таким образом, можно сделать вывод о том, что система автоматизации документооборота значительно повышает уровень организации управленческой деятельности того или иного предприятия, а также минимизирует временные, трудовые и денежные затраты.

Литература:

1. Документационное обеспечение управления: Учебно-практическое пособие/ М.Ю. Рогожин. - М.: Проспект: Велби, 2005.- с.383.
2. Иванова Е.В. Автоматизация документооборота на предприятии // Наука и образование в жизни современного общества: вестник научной конференции по материалам Международной научно-практической конференции. Тамбов, 2016. Ч. 5, № 3–5 (7). с. 51–53.
3. Кудряев В.А. Организация работы с документами: Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002
4. Кузнецов С.Л. Современные технологии документационного обеспечения управления: 2-ое издание, переработанное и дополненное.–М.: Издательство “ТЕРМИКА”, 2014 г. – 288 с.

Тетяна Лугова, Альона Дрига
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ЕЛЕКТРОННИЙ ЦИФРОВИЙ ПІДПИС: НІМЕЦЬКИЙ ДОСВІД КОНСТИТУЮВАННЯ

Анотація: *У статті зіставлено досвід законодавчого конституюваня розуміння та процесу впроадження електронного цифрового підпису у Німеччині та Україні.*

Ключові слова: *електронний цифровий підпис, електронний документ, система електронного документообігу, діловодство Германії, закон «Про електронний цифровий підпис», юридична сила електронного підпису.*

Annotation: *The article compares the experience of the legal constitutionality of the understanding and process of electronic digital signature in Germany and Ukraine.*

Key words: *electronic digital signature, electronic document, electronic document management system (EDMS), paperwork of Germany, law "On electronic digital signature", legal force of electronic signature.*

Anmerkung*: Der Artikel vergleicht die Erfahrungen der rechtlichen Verfassungsmäßigkeit des Verständnisses und Prozesses der elektronischen digitalen Signatur in Deutschland und der Ukraine.*

Stichwörter*: elektronische digitale Signatur, elektronisches Dokument, elektronisches Dokumenten management system (EDMS), Fallmanagement in Deutschland, Gesetz "Über elektronische digitale Signatur", elektronische Unterschrift rechtskräftig.*

Актуальність теми дослідження зумовлюється роллю електронного цифрового підпису (ЕЦП) для надання юридичної сили електронним документам різних країн інформаційної доби. При цьому варто констатувати, що незважаючі на зростаючу вагомість проблеми верифікації, захисту та затвердження електронних документів, ця тема не знайшла широкого наукового обгрунтування. Причиною цього є вельми змістовне відображення цих аспектів у відповідних законах країн. Тож зіставлення досвіду конституювання електронного цифрового підпису як важливого реквізиту електронного документа в законах Німеччини та України видається вельми перспективним з метою помірного бенгмаркінгу.

Мета статті – виявити відмінності у процесі конституювання електронного цифрового підпису у законах Німеччини та Україні.

У Німеччині правова система електронних документів встановлена Законом «Про підписи» (Gesetz über Rahmenbedingungen für elektronische Signaturen (Signaturgesetz - SigG) [3]) від 2001 року. Цей закон забезпечує правове визнання електронних підписів, а також юридичну силу і можливість використання електронних записів як судових доказів. Крім спеціального закону, юридичне визнання електронних підписів прописано і в загальному законодавстві Німеччини,- Німецькому цивільному положенні (Staatliche Beihilfen und EU-Recht), процесуальному законодавстві (EuropäischerVollstreckungstitel). У цих законах також прописані й виключення з правил, наприклад, не можуть бути представлені в електронному вигляді й, відповідно, підписані електронними підписами заповіти, векселі тощо. Натомість в українському законі про «Електронний цифровий підпис» [1], діють виключення лише на ті відносини, що виникають під час використання інших видів електронного підпису, в тому числі переведеного у цифрову форму зображення власноручного підпису.

У 1997 році в Німеччині був введений у дію названий вище Закон «Про цифровий підпис», який є статтею 3 Закону «Про регулювання основних умов надання інформаційних і комунікаційних послуг» (Zuständigkeiten von Bund, Ländern und der EU im Medienund Telekommunikationsrecht) [2]. Згодом анульований, цей акт наділяв юридичною силою електронних підписів в електронній комерції. Додаткові технічні вимоги були наданні в тому ж році в Постанові «Про цифровий підпис» [2].

У Законі «Про підпис» встановлюються різні види електронних підписів: простий, вдосконалений і кваліфікований. Лише останній є повним юридичним еквівалентом фізичного підпису, хоча перші дві також можуть застосовуватися в судових процедурах [3]. В Україні електронний цифровий такої класифікації немає, згідно з українським законом, це вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який 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 та перевіряється за допомогою відкритого ключа [1].

У Німеччині не передбачена обов'язкова акредитація центрів, що засвідчують електронні підписи. Тим не менш, центри можуть пройти добровільну акредитацію як кваліфіковані постачальники сертифікаційних послуг, або центрів довіри. Тільки ті сертифікати, які випущені акредитованими засвідчувальними центрами (Amtsgericht), визнаються кваліфікованими.

У Німеччині також був прийнятий Закон «Про контроль і прозорість корпоративної сфери» (Erhöhte Transparenz von Vorstands- und Aufsichtsratsvergütungen (einschl. Aktienoptionen) in Deutschland auf Grund des Corporate Governance Kodex [4]), який вважається німецьким аналогом американського SOA (TheSocietyofActuaries) [6]. Відповідно до нього, підприємство бере на себе зобов'язання по створенню надійної інфраструктури інформаційних технологій.

Наразі в Німеччині відбувається процес регулювання використання криптографії з відкритим/закритим ключем, в процесі чого порушуються технічні вимоги до сертифікуючих органів, які повинні повністю відповідати закону для того, щоб отримати дозвіл на здійснення діяльності. Основна тематика закону спрямована на створення інфраструктури цифрових підписів, а не на визнання юридичної сили договорів в електронному форматі. Електронний цифровий підпис як засіб контролю походження і цілісності інформації є ефективним інструментом забезпечення інформаційної безпеки на всіх рівнях інфраструктури суспільства: від персональної інформаційної безпеки людини до інформаційної безпеки держави. Тому ЕЦП, зокрема, і інфраструктура відкритих ключів, у цілому, є стратегічною оборонною технологією, від якості й надійності реалізації якої залежить інформаційна безпека країни.

Оскільки офіційне визнання юридичної сили електронних документів рівний паперовим не гарантується законом, то виникає дві проблеми гармонізації законодавства. По-перше, відсутність офіційного законодавчого визнання електронних документів призводить до необхідності проведення додаткових коментарів щодо охоплених угод. Отже визначення угод, які можуть бути укладені в електронному вигляді, вимагає аналізу законодавства і, як результат, збільшення вартості угоди.

Друга проблема створена розділами 14 та 15 закону «Zuständigkeiten von Bund, Ländern und der EU im Medienund Telekommunikationsrecht» [2]. Вони встановлюють придатність

стандартів цифрового підпису до іноземних сертифікуючих органів. Цифрові підписи, створені органом з іншої держави-члена ЄС, визнаються тільки в тому випадку, якщо вони можуть продемонструвати такий саме рівень безпеки. Для держав не членів ЄС секція 15(2) вказує, що цифрові підписи можуть визнаватися рівноцінними лише при наявності міжнародних або міжурядових договорів.

Недоліки стандартів, що містяться в законодавстві 1997 року, суперечили вимогам двох Директив ЄС. Тому уряд Німеччини розробив додаткові акти для заміни існуючого закону. Ця Німецька пропозиція з основ Закону «Про цифровий підпис» від 16 серпня 2000 року, прийнята Бундесратом 09 березня 2001 року і набула чинності 21 травня 2001 року (Signaturgesetz, SigG) [3].

Тут все ж залишається обов'язковий набір правил для створення та випуску сертифікатів, які можуть бути визнані у відповідності з Директивою; однак електронні підписи за визначенням самодостатні для того, щоб бути доказом укладення угоди в електронній формі. Перша частина закону формулює мету всього акту: формування основ для електронних підписів. Вона набагато більш відповідає Директиві, ніж у попередньому законі. Однак, замість регулювання обігу електронних підписів, закон продовжує побудову інфраструктури цифрових підписів.

Зараз триває процес підготовки до внесення змін до статті 126(а) Цивільного кодексу Німеччини, які гарантували б законний статус кваліфікованого сертифікату. Визнання іноземних сертифікатів можливо за умови, що видали їх сертифікуючі органи пройшли акредитацію і можуть забезпечити відповідний рівень безпеки. У разі якщо зміни будуть зроблені, то це створить гарантії використання електронних підписів в усіх сферах господарської діяльності незалежно від того, в яких відносинах підпису використовуються. Новий і вдосконалений SigG певною мірою пом'якшив позицію Німеччини щодо електронних підписів, але не досяг мети створення ефективного законодавства, що стосується законного визнання договорів в електронній формі.

Таким чином, зіставлення законів про електронні цифрові підписи Німеччини та України показує більш розвинену та складну практику конституювання електронного цифрового підпису у Німеччині, зокрема, у введенні у дію детальних виключень щодо дії

ЕЦП, видів та ступенів ЕЦП, вимог до сертифікуючих органів, розробка механізмів придатність стандартів цифрового підпису до іноземних тощо. Це свідчить про більший досвід роботи з електронними документами, стратифікацію проблем, що виникають у такі роботі, розвинену інфраструктуру цифрових підписів та високий рівень технологій, що впроваджуються у судову діяльність, комерцію та цивільне життя німецьких громадян. Для України вивчення німецького досвіду дозволить накреслити шляхи розвитку галузі роботи з електронними документами, розбудовувати відповідну інфраструктуру та стандарти ЕЦП, звертати увагу на проблеми, що вже існують та уникати помилок, ефективно вирішувати виникаючі проблеми.

Література

1. Про електронний цифровий підпис: Закон Українивід 02.11.2016 № 852-15 // База даних «ЗаконодавствоУкраїни» / ВР України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-15 (дата звернення: 08.03.2018).
2. Zuständigkeiten von Bund, Ländern und der EU imMedienundTelekommunikationsrecht, Abschluss der Arbeit: 30. März 2007. URL: https://www.bundestag.de/blob/414758/56625ce3f32429cedc2ca5def04f87a1/wd-10-029-07-pdf-data.pdf (дата звернення 08.03.2018)
3. Gesetz über Rahmenbedingungen für elektronische Signaturen (Signaturgesetz - SigG) URL: https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Sachgebiete/QES/Rechtsgrundlagen/Signaturgesetz%202013.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (Ausfertigungsdatum: 16.05.2001)/
4. Erhöhte Transparenz von Vorstands- und Aufsichtsratsvergütungen (einschl. Aktienoptionen) in Deutschland auf Grund des Corporate Governance Kodex URL: https://www.bundestag.de/blob/514500/3784baa5b1eeb0b336a2516c7b694501/erhoehte-transparenz-von-vorstands-----data.pdf
5. Deutscher Bundestag. URL : https://www.bundestag.de/
6. United states House of reppresentatives. URL : https://www.house.gov/

Ганна Зірчак, Каріна Стрельцова
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

СУТНІСТЬ ТА ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Розглядаються поняття «інформаційна безпека» та «інформаційна безпека підприємства», основні проблеми процесу захисту інформації в України.

Ключові слова: *інформаційна безпека, захист інформації, інформаційна безпека підприємства.*

Рассматриваются понятия «информационная безопасность» и «информационная безопасность предприятия», основные проблемы процесса защиты информации в Украине.

Ключевые слова: *информационная безопасность, защита информации, информационная безопасность предприятия.*

The notions of "information security" and "information security of the enterprise", the main problems of the information protection process in Ukraine are considered.

Key words: *information security, information protection, information security of the enterprise.*

З розвитком інформаційних технологій все актуальнішими стають питання інформаційної безпеки. Сучасні підприємства щороку збільшують обсяги витрат на технології, технічні, програмні засоби захисту інформації. Проте за умови поганої організації процесу захисту інформації усі технологічні заходи виявляться марними. Витік інформації відбувається через людський фактор. Це вказує на те, що успішний захист інформації є неможливим без правильної організації цього процесу. Крім організаційних заходів важливим також є правовий аспект інформаційної безпеки. Захист інформації активно розвивається в наш час, проте з удосконаленням інформаційних технологій і зі зростанням комп’ютерної злочинності кожного дня відбуваються інциденти, які порушують інформаційну безпеку, проте їх не описано в законодавчих актах.

Організаційні та законодавчі методи захисту інформації є складовими комплексної системи захисту інформації, до якої входять

також технічні, програмні, морально-етичні методи. Необхідно зазначити, що ефективною для питань інформаційної безпеки є лише комплексна система захисту інформації.

У науковій літературі відсутній єдиний погляд на зміст поняття «інформаційна безпека» та «інформаційна безпека підприємства».

Так, Л. Харченко, В. Ліпкан, О. Логінов визначили, що інформаційна безпека – це складова національної безпеки, процес управління загрозами та небезпеками державними і недержавними інституціями, окремими громадянами, за якого забезпечується інформаційний суверенітет України [7, с. 32].

Б. Кормич вважає, що інформаційна безпека – це захищеність встановлених законом правил, за якими відбуваються інформаційні процеси в державі, що забезпечують гарантовані Конституцією умови існування і розвитку людини, всього суспільства та держави [2, с. 241].

В. Фурашев характеризує інформаційну безпеку як вид суспільних інформацій правовідносин щодо створення, підтримки, охорони та захисту бажаних для людини, суспільства і держави безпечних умов життєдіяльності [6, с. 48]

С. Гуцу під інформаційної безпекою розуміє стан захищеності потреб в інформації особи, суспільства й держави, при якому забезпечується їхнє існування та прогресивний розвиток незалежно від наявності внутрішніх і зовнішніх інформаційних загроз [1, с. 35].

Таким чином, під інформаційною безпекою розуміється забезпечення реалізації національних інтересів за допомогою різноманітних засобів.

За умов швидкого формування і розвитку інформаційного суспільства та глобального інформаційного простору все більшого значення набуває забезпечення інформаційної безпеки підприємства. Це пов’язано зі зростаючим обсягом інформації.

О. Сороківська визначає інформаційну безпеку підприємства як суспільні відносини щодо створення і підтримання на належному рівні життєдіяльності інформаційної системи суб’єкта господарської діяльності.

А. Марущак пропонує розглядати інформаційну безпеку підприємства як цілеспрямовану діяльність її органів та посадових осіб

із використанням дозволених сил і засобів з досягнення стану захищеності інформаційного середовища організації, що забезпечує її нормальне функціонування і динамічний розвиток [3, с. 94].

М. Танцюра характеризує інформаційну безпеку підприємства як збереження конфіденційності, цілісності та доступності інформації; доступність – це властивість бути досяжним та придатним для використання авторизованими сутностями; цілісність – це властивість захищеності інформації від неавторизованого використання фізичними особами, сутностями та процесами. Інформаційні активи – це знання чи дані, які мають цінність для організації [5, с. 452].

Таким чином, можна стверджувати, що інформаційна безпека має на меті перспективу безперешкодної реалізації суспільством і окремими його членами своїх конституційних прав, пов'язаних з можливістю вільного одержання, створення і поширення інформації.

Необхідний рівень інформаційної безпеки забезпечується сукупністю політичних, економічних, організаційних заходів, спрямованих на попередження, виявлення і нейтралізацію тих обставин, факторів і дій, які можуть перешкодити реалізації інформаційних прав, потреб та інтересів країни та її громадян.

Література

1. Гуцу С.Ф. Правові основи інформаційної діяльності: навчальний посібник / С.Ф. Гуцу. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіц. ін-т», 2009. – 48 с.
2. Кормич Б.А. Організаційно-правові засади політики інформаційної безпеки України [Текст]: Монографія / Б.А. Кормич. – Одеса: Юридична література, 2003. – 427 с.
3. Марущак А.І. Інформаційно-правові напрями дослідження проблем інформаційної безпеки [Текст] // Державна безпека України / А.І. Марущак. – 2011. - № 2. – С. 92-95
4. Сороківська О.А. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи [Текст] / О.А. Сороківська, В.Л. Гевко // Вісн. Хмельниц. Нац. ун-ту. Сер.: Економічні науки. – 2010. - №2. – Т.2. – С.32.35

5. Танцюра М.Ю. Проблемні аспекти стандартизації у галузі інформаційної безпеки підприємства [Текст] // Матеріали Другої наук.-практ. конф. «Сталий розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях» 23-24 вересня 2010 р. м. Бахчисарай, НДІ сталого розвитку та природокористування, РВПС України НАН України, Кримський інститут КНЕУ ім. Вадима Гетьмана / М.Ю. Танцюра. – Сімферопль: Фенікс, 2010. – С. 451- 453
6. Фурашев В.М. Питання законодавчого визначення понятійно-категорійного апарату у сфері інформаційної безпеки [Текст] / В.М. Фурашев // Інформація і право: науковий журнал. – К.: НДЦПІ НАПрН України, 2012. - № 1 (4). - С. 45-56
7. Харченко Л.С. Інформаційна безпека України [Текст]: Глосарій / Л.С. Харченко, В.А. Ліпкан, О.В. Логінов. – К.: Текст, 2004. – 136 с.

Санъат Султонович Рахматов
Бухарский инженерно-технологический институт,
Бухара, Узбекистан

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЁТЕ

Автоматизований інформаційні системи є рушійним фактором розвитку багатьох компаній. Автоматизація управління діяльністю підприємства неможлива без автоматизації бухгалтерського обліку. Більш того, саме з останньою доцільно починати автоматизацію управління.

Ключові слова: *автоматизація, інформаційні системи, фактор, компанія, управління, бухгалтерського облік.*

Автоматизированный информационные системы являются движущим фактором развития многих компаний. Автоматизация управления деятельностью предприятия невозможна без автоматизации бухгалтерского учёта. Более того, именно с последней целесообразно начинать автоматизацию управления.

Ключевые слова: *автоматизация, информационные системы, фактор, компания, управления, бухгалтерского учёт.*

Automated information systems are the driving factor in the development of many companies. Automation of enterprise activity management is impossible without automation of accounting. Moreover, it is with the latter that it is expedient to start automation of management.

Keywords: *automation, information systems, factor, company, management, accounting.*

Если представить, что бухгалтерский учет – это упорядоченная система сбора, измерения, регистрации, обобщения информации с количественной и качественной стороны, а также система обработки и получения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах и хозяйственных операциях хозяйствующего субъекта и их движении, то станет ясно, что бухгалтерский учет должен быть сплошным и непрерывным. Он должен:

- формировать повышение качества экономической информации, ее объективность, полноту использования безусловного достоверного и непротиворечивого оперативного получения исходной информации, актуальность, своевременность, устойчивость, адекватность информации;
- обеспечивать постоянной информацией внутренних и внешних пользователей, руководителей и специалистов во всех сферах хозяйственной деятельности.
- Бухгалтерский учёт нужно автоматизировать – это понимает любой бухгалтер. Это вызвано следующими факторами:
- задачи бухгалтерского учёта хорошо структурированы, имеют известный и несложный алгоритм решения с преобладанием арифметических операций;
- бухгалтерский учёт собирает и регистрирует информацию обо всех хозяйственных операциях, которая необходима и остальным управленческим структурам предприятия;
- автоматизация бухгалтерского учёта стала неотложной задачей, так как внешние пользователи бухгалтерской информации, которым бухгалтерия должна представлять свои отчёты (Пенсионный фонд, налоговые органы), требуют их в электронной форме, на машиночитаемых носителях.

С помощью автоматизированных информационных систем в пределах функций бухгалтерского учета можно полностью регламентировать автоматизированное получение данных, необходимых как для ведения оперативного, аналитического, управленческого, статистического, финансового и стратегического учета, так и для составления форм бухгалтерской, финансовой, консолидированной, оперативной, статистической, балансовой отчетности, т. е. получать юридически обоснованные данные, необходимые пользователям для выработки и принятия решений, а также для системного контроля за ходом производственных и иных процессов.

Создание автоматизированных информационных систем в бухгалтерском учете – довольно сложный процесс, требующий:

- систематизации потоков экономической информации;

- использования автоматизированных рабочих мест (АРМ) с соответствующей топологией;
- применения таких программных продуктов, которые обеспечивали бы моделирование обобщающих показателей для оценки результативности в автоматическом режиме. Организация в развитии автоматизированных информационных систем в бухгалтерском учете основывается, прежде всего, на совокупности данных в обеспечивающих подсистемах, иерархии управления, агрегировании информации, согласованности обновления информации общего доступа в подсистемах.

Каждая из ранее названных подсистем имеет свои информационные особенности, которые следует учитывать при формировании автоматизированных информационных систем, исходя из того, что в первичных документах отражаются только изменяющиеся данные, а постоянная информация хранится в базе данных.

Особенностью автоматизированной обработки информации по учету сырья, материалов и других аналогичных ценностей является необходимость оперативной обработки большого многообразия вариантов построения регистров аналитического учета. Это обеспечивается применением вычислительной сети, осуществлением при необходимости дистанционной передачи информации, проведением оперативной обработки и установлением компьютера в местах возникновения информации, например на материальных складах.

Одним из основных ориентиров денежно-кредитной политики является денежная масса. Заметим, что именно этот параметр денежного обращения оказывает влияние на экономический рост, динамику цен, занятость, бесперебойное функционирование платежно-расчетной системы. При формировании информационной базы нельзя забывать о том, что организация охватывает поток денежных средств, который состоит из денежных поступлений, денежных расходов, бюджета денежных средств и текущих активов. Для организации технологии автоматизированной обработки информации по учету финансово-расчетных операций важное

значение будут иметь правильное построение и ведение кодов синтетических счетов и объектов аналитического учета.

Автоматизированная обработка информации по сводному синтетическому и аналитическому учету и составлению отчетности предполагает в качестве обязательного условия перевод на автоматизированную обработку всех участков бухгалтерского учета, поскольку по сводному синтетическому учету на персональном компьютере не создается дополнительной информационной базы, и соответственно дополнительные исходные документы по данному разделу не берутся во внимание, а используются базы данных, созданные по другим участкам учета.

При создании подсистем в системе бухгалтерского учета информация будет репрезентативной в целях адекватного отражения свойств объекта, иметь ключевое значение, поскольку любая деятельность, ориентированная на удовлетворение потребностей потребителей, базируется на знании конкретной ситуации, сложившейся на рынке. В условиях автоматизации этот процесс ускоряется и совершенствуется.

Функционирование автоматизированных информационных систем в экономике не ограничивается только сбором фактических данных, а может использоваться и для анализа данных, обоснованности вариантов решений на базе разнообразных сведений о рынке, регионе, конъюнктуре, фирме, экономике, трудовых и материальных ресурсах. Автоматизированное рабочее место позволит комплексно решить вышеназванные задачи.

Было бы неполным раскрытие рассматриваемой проблемы, если не остановиться на вопросе целесообразности построения вычислительных сетей – локальных, региональных и глобальных – с выделенными серверами, на которых загружена сетевая операционная система с большим многозадачным режимом выполнения работ, обеспечивающая обслуживание рабочих станций пользователей и администрирование сетевых процессов.

Функционирование автоматизированное рабочее место может дать эффект только при условии правильного распределения функций и нагрузки между человеком и аппаратными средствами обработки

информации, включая информационные коммуникации, ядром которых является компьютер. Лишь тогда автоматизированное рабочее место станет не только средством повышения качества информации, производительности труда и эффективности управления, но и комфортности специалистов.

Средства автоматизированное рабочее место можно направить, например, на межмашинный обмен информацией с банками в рамках системы "клиент - банк". Эта услуга предлагается тем банком, который обслуживает расчетный счет данной организации, и представляет возможность управлять этим счетом, создавать платежные поручения и передачу их в банк, получать выписки из расчетного счета и др. В целях защиты передаваемых данных предусматривается использование средств защиты информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебник / М.И. Семенов, И.Т. Трубилин, В.М. Лойко, Т.П. Барановская; Под общей ред. И.Т. Трубилина. — М.: Финансы и статистика, 2001.
2. Информационные системы и технологии в экономике: Учебник / под редакцией профессора В.И. Лойко – М.: Финансы и статистика, 2005.
3. Теория экономических информационных систем: Учеб. Пособие / Мишенин А.И. — М.: Финансы и статистика, 2002.
4. Проектирование экономических информационных систем: Учебник / под. ред. Ю.Ф.Тельнова - Москва: Финансы и Статистика, 2003.
5. Автоматизированные информационные технологии в экономике. /Под ред. Титаренко. М., 2008.
6. http://allbest.ru

Олександр Люлько
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ

Метою даної статті є розгляд методів оптимізації документообігу і максимізації прибутків підприємств з використанням сучасних технологій; вивчення переваг упровадження системи управління електронного документообігу в будь-якій оганізації; пропонується методика правильного підбору СУЕД.

Ключові слова: *документообіг, СУЕД, документація, електронні системи, оптимізація організація діяльності, підприємство.*

Целью данной статьи является рассмотрение методов оптимизации документооборота и максимизации прибыли предприятий с использованием современных технологий; описание преимуществ внедрения системы управления электронного документооборота в любой оганизации. Приводитсья методика правильного подбора СУЭД.

Ключевые слова: *документооборот, СУЭД, документация, электронные системы, оптимизация организация деятельности, предприятие.*

The purpose of this article is to consider methods for optimizing document circulation and maximizing profits of enterprises using modern technologies; description of the benefits of implementing an electronic document management system in any organization. The methodology for the correct selection of the electronic document management system is given.

Key words: *document circulation, documentation, electronic systems, documentation, electronic systems, optimization of organization of activity, enterprise.*

Постановка проблеми. Системи електронного документообігу на сьогодні стрімко впроваджуються повсюди. Вони мають ряд переваг порівняноі з обробкою паперових документів, у зв’язку з чим є більш придатними для використання в сучасному світі.

Кількість і обсяг документів зростають. Причому співвідношення електронних і паперових документів з часом змінюється на користь останніх. На даний момент, згідно зі статистичними даними, обсяг електронної текстової інформації кожні три роки подвоюється [1].

Характерною рисою суспільства на сучасному етапі є його глибока інформатизація. Рівень інформатизації визначається рівнем інформаційних технологій, які застосовуються. Одним з основних напрямків розвитку інформаційних технологій є системи управління, які застосовуються для автоматизації таких завдань, як управління виробництвом, обліком, збутом, кадрами, фінансами та інформаційними ресурсами. Можна з упевненістю сказати, що доведеться повністю відмовитися від паперових документів [2, 1].

Система управління електронним документообігом (далі — СУЕД) служить основою для створення усіх інших систем управління підприємством, систем управління продажами, інших важливих для сучасної організації інформаційних систем, тому від функціонування СУЕД залежить робота всіх інформаційних систем і успіх всієї організації [3, 1].

Збільшення обсягів інформації та впровадження комп'ютерних технологій вимагають організації інформаційно-документаційного обслуговування. У цих умовах виникає необхідність раціоналізації відпрацьованих методів пошуку, обробки та зберігання інформації (документів), звичайно, з використанням нових прийомів, режимів і методик оцінки, аналізу та оптимізації документаційних потоків підприємства та застосуванням сучасних комп'ютерних технологій.

За даними Forrester Research, 38% компаній вважають, що придбання сучасної СУЕД є критично важливим для успішного ведення їхнього бізнесу [4]. На думку галузевих аналітиків (таких думок, що відрізняються в певних моментах одна від одної, існує досить велика кількість), вигоди для корпоративних користувачів при впровадженні СУЕД досить різноманітні. Наприклад, за даними Siemens Business Services, при використанні СУЕД [5, 1]:

- Продуктивність праці персоналу збільшується на 20-25%;
- Вартість архівного зберігання електронних документів на 80% нижче в порівнянні з вартістю зберігання паперових архівів.

•При впровадженні СУЕД здобуваються як тактичні, так і стратегічні вигоди.

Тактичні переваги визначаються скороченням витрат при впровадженні СУЕД, пов'язаним із:

•звільненням фізичного місця для зберігання документів;

•зменшенням витрат на копіювання і доставку документів у паперовому вигляді;

•зниженням витрат на персонал.

До стратегічних належать переваги, пов'язані з підвищенням ефективності роботи підприємства або організації.

•Поява можливості колективної роботи над документами (що неможливо при паперовому діловодстві);

•Значне прискорення пошуку і вибірки документів;

•Підвищення безпеки інформації за рахунок того, що робота в СУЕД з незареєстрованої робочої станції неможлива, а кожному користувачеві СУЕД призначаються свої повноваження доступу до інформації;

•Підвищення безпеки документів і зручності їхнього збереження, так як вони зберігаються в електронному вигляді на сервері;

•Поліпшення контролю за виконанням документів;

Розглянемо деякі ключові аспекти, на які необхідно звернути особливу увагу при виборі системи електронного документообігу.

Насамперe, це вбудована підсистема управління бізнес-процесами для настройки маршрутизації типів документів. Будь-яка організація — це живий організм. І чим швидше забезпечують системи, до яких, природно, відноситься і СУЕД, зможуть реагувати на зміни в процесах цього організму, тим він буде ефективнішим. Необхідно переконатися, що дана підсистема досить функціональна і гнучка.

Як же обрати СУЕД? При виборі потрібно звертати увагу на наступні аспекти:

•Якщо в межах діловодства в організації передбачається, наприклад, *аналіз різних версій документів* (версії договорів, нормативних актів, комерційних пропозицій та ін.), то необхідно переконатися, що дана можливість підтримується базовим функціоналом обраного рішення;

•*Робота з секретними і іншими закритими документами*. Це дуже важлива проблема, яка може доставити багато прикростей, якщо з самого початку не приділити їй увагу.

•*Відсутність чи наявність шифрування* даних в базі, жорстке розмежування прав доступу, необхідні сертифікати.

•*Вартість* розгортання даного функціоналу на не пристосованих для цього рішеннях може перевищити вартість самого впровадження; спільна робота з документами.

•Якщо в організації існує культура *одночасної роботи декількох співробітників* з одним документом, необхідно переконатися, що відповідний функціонал в системі є;

•*Заміщення*. Про це зазвичай згадують коли який-небудь ключовий співробітник йде у відпустку і документи продовжують до нього надходити, але не опрацьовуються;

•*Функціонал групового призначення*. У деяких організаціях прийнято групове призначення документів — скажімо, «В бухгалтерію», «До загального відділу». Далі співробітники працюють за внутрішніми регламентами, наприклад, обробляючи документи в порядку черговості їх надходження — закінчивши роботу з одним документом, беруть на виконання наступний з черги. Даний функціонал рідко присутній в СЕУД, так що якщо таке питання актуальне, на нього теж треба звернути увагу.

•*Ергономіка і зручний інтерфейс*. Саме від нього залежить спокій, а значить, здоров'я і продуктивність співробітників. Обов'язково перевірте, скільки клацань потрібно зробити, щоб виконати найбільш часті операції в системі — розписати документ, зареєструвати його, накласти резолюцію. Якщо нарахували більше десяти — задумайтеся; необхідність використання зовнішніх інструментів при роботі з документами.

•*Архітектури рішення*: централізоване чи децентралізоване. Це найважливіше питання. Від нього залежить не тільки успішність впровадження системи, а й тривалість її життя, через скільки років її доведеться замінити. Зрозуміло, що є загальні критерії: кількість територіально розподілених учасників системи, ширина каналів зв'язку з ними, наявність серверних потужностей в центрі і на віддалених

точках. Але фрази: «Не переживайте, ми їх з'єднаємо» або «Ну їм же потрібен тільки браузер» повинні змусити вас задуматися, наскільки добре розробник розуміє масштаб проекту;

• *Наявність інструментів синхронізації* — ключове питання, якщо ви вибрали децентралізоване рішення, мова тут йде не тільки про технічну синхронізацію, але і про синхронізацію бізнес-процесів.

Висновок. Статистичні дані вказують на стрімке зростання останнім часом використання СУЕД підприємствами. Ці системи дають низку переваг, основними з яких є максимізація прибутку, підвищення захищеності документів, автоматизація багатьох бізнес процесів. При виборі чи проектуванні СУЕД необхідно звернути увагу на кілька пунктів, зазначених вище, а саме - як обрати СУЕД.

Література

1. [Електронний ресурс] PricewaterhouseCoopers (PwC)– Режим доступу:

2. [Електронний ресурс] Система автоматизации документооборота – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B0

3. [Електронний ресурс] Digital Experience Service Providers, Q4 2015– Режим доступу: https://reprints.forrester.com/#/assets/2/77/'RES122382'/reports

4. [Електронний ресурс] Внедрение системы электронного документооборота – Режим доступу: https://www.motiw.ru/preimushhestva-vnedreniya-motiva

Костянтин Міняйло
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

В статье рассматриваются вопросы, косаемые информационного менеджмента и введения инновационных продуктов в образовательных учреждениях. Произведен анализ применения информационных технологий для управления персоналом учебных заведений. Продемонстрировано значение и роль человеческих ресурсов в достижении новых и качественных результатов в образовании. Уделено внимание разбору эффективности учреждений, а именно: конкурентоспособности, качеству образовательного процесса.

Ключевые слова: *информационный менеджмент, инновационный продукт, персонал учебных заведений, информационные технологии, информационная система.*

У статті розглядаються питання стосовно інформаційного менеджменту та введення інноваційних продуктів у навчальних закладах. Виконано аналіз застосування інформаційних технологій для керування персоналом навчальних закладів. Продемонстровано значення і роль людських ресурсів у досягненні нових та якісних результатів у освіті. Приділену увагу розбору ефективності установ, а саме: конкурентоспроможність, якості освітнього процесу.

Ключові слова: *інформаційний менеджмент, інноваційний продукт, персонал навчальних закладів, інформаційні технології, інформаційна система.*

The article deals with issues related to information management and the introduction of innovative products in educational institutions. The analysis of the application of information technologies for personnel management in educational institutions has been made. The importance and role of human resources in achieving new and qualitative results in education is demonstrated. Attention is paid to analyzing the effectiveness of institutions, namely: competitiveness, the quality of the educational process.

Key words: information management, innovative product, personnel of educational institutions, information technology, information system.

Обґрунтування актуальності проблеми. Останні декілька років в Україні відбуваються активні євроінтеграційні процеси, безперечно, вони не залишили поза увагою й освітню систему, яка на сьогодні перебуває у незадовільному стані та потребує значного підвищення ефективності з метою покращення якості навчання.

Актуальність проблеми полягає в умінні своєчасно відстежувати всі зміни в галузі інформаційних технологій та впроваджувати їх у систему освіти разом з інноваційними продуктами. Варто відзначити, що персонал навчального закладу, а саме, менеджери та викладачі - головні в оптимізації роботи навчального процесу, оскільки рівень знань майбутніх спеціалістів залежить від їх роботи.

З цього випливає, що найбільше уваги необхідно приділяти саме персоналу внз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання неефективності менеджменту навчальних установ є актуальним не лише в Україні, а й у цілому світі. Безліч науковців, журналістів, аналітиків працюють над його вирішенням. Велику роль відіграє аналіз статистики, яку майже кожного місяця складають українські та зарубіжні аналітики, яка також використовується для створення рейтингів та порівнянь внз[1], що є дуже ефективним засобом виявлення недоліків. У наш час існує чимало наукової літератори, котра вивчає вплив застосування інновацій на роботу персоналу [2], інформаційне управління [3].

Метою статті є висвітлення проблем освіти у вищих навчальних закладах України та визначення інструментів, які здатні підвищити їх ефективність, конкурентоспроможність.

Основний матеріал. У наш час інформація стала основою управлінського процесу, і від того, наскільки вона правильна, досконала, залежить ефективність управління будь-якої установи чи закладу, у пропонованій статті акцентується увага саме на внз.

Отже, застосування інформаційного менеджменту ставить перед собою такі завдання: 1) підвищення оперативності, якості прийняття управлінських рішень; 2) підвищення контролю процесів управління; 3) забезпечення ефективності праці управління, менеджменту, викладачів; 4) перехід на електронну форму ведення, зберігання

документів; 5) зниження витрат матеріальних ресурсів. З сучасної точки зору на процес інформатизації освіти, найбільше виділяється один напрям – інструментально-технічний. Він опирається на використання нових засобів інформатики, інформаційних технологій для підвищення ефективності системи освіти. Під інформаційною технологією розуміється процес, що використовує сукупність засобів і методів збору, обробки і передачі первинної інформації для отримання нової з покращеними якостями (іншими властивостями) про стан інформаційного продукту. Впровадження інформаційних технологій в систему управління освітою є одним із найважливіших факторів підвищення ефективності управлінської діяльності. Індустріально-технічний напрям включає у себе: 1) інформаційну підтримку освітнього процесу необхідними матеріалами , що зберігаються у звичайних бібліотеках, автоматизованих інформаційних системах тощо; 2) використання як ефективного педагогічного інструменту нових засобів інформатики, інформаційних технологій, які дозволять при менших витратах часу та сил підвищити якість освітнього процесу; 3) доступність освіти, підвищення рівня кваліфікації для дистанційних користувачів, що є дуже актуальним з сьогоднішнім розповсюдженням мережі Internet.

Необхідно відзначити, що інформаційне забезпечення системи освіти має великий вплив на підвищення рівня внз, якості навчання, конкурентоспроможності. Принцип інформаційного забезпечення базується на постачанні інформаційної, методичної продукції.

Велику роль відіграє впровадження інформаційної системи (комунікаційна система, що забезпечує збирання, пошук, оброблення та пересилання інформації [4]), що дозволить навчальним закладам: 1) підвищити якість освіти завдяки оперативній, об’єктивній інформації; 2) економити час для прийняття управлінських рішень; 3) підвищити продуктивність праці за рахунок автоматизації діяльності керівника; 4) ефективно планувати роботу освітнього закладу спираючись на результати аналізів; 5) своєчасно відповідати на запити вищих органів.

Неможливо переоцінити важливість інноваційного менеджменту, результатом якого є створення та впровадження принципово нового або модифікованого засобу, продукту, що задовольняє конкурентні суспільні потреби і дає ряд ефектів (економічний, науково-технічний тощо). Досить важливо, що інноваційна діяльність сприяє вдосконаленню науково-педагогічного, організаційного, кадрового,

фінансово-економічного та матеріально-технічного забезпечення, що безпосередньо впливає на покращення якості освіти навчального закладу. Велику роль в інноваційній діяльності відіграють люди, персонал внз. На превеликий жаль, вони (менеджери, викладачі, керівники) не є ідеальними, кожен має власні стереотипи, переконання, які не завжди є правильними. Усі ці фактори значно перешкоджають впровадженню інноваційної діяльності. Успішність управління інноваційним розвитком значною мірою залежить від виваженості системи стимулювання інноваційної діяльності. Система повинна містити дієві стимули для всіх учасників інноваційного процесу, пробуджувати у них мотиви до творчої праці, створити сприятливе середовище для відносин.

Висновки дослідження і перспективи подальшого розвитку. У статті виявлено та описано інструменти, які здатні підвищити ефективність системи освіти, якість навчання, конкурентоспроможність внз. Так, за допомогою введення інформаційного й інноваційного менеджменту можна створити, підготувати високоякісний персонал будь-якого навчального закладу, який, у свою чергу, зробить молодих спеціалістів справжніми професіоналами.

Ми переконані, що дані дисципліни здатні покращити роботу не лише навчальних закладів, а й промислових, сільськогосподарських, будівельних підприємств.

Література:

1. Офіційний сайт освіти України – Osvita.ua. - Консолідовані рейтинги ВНЗ України. -Адреса сайту: http://osvita.ua/vnz/rating/
2. Волобуева Л. М., Кузнецова Е. Б. Внедрение инноваций в управленченскую деятельность руководителя образовательного учреждения, 2012.
3. Кононов Д. А., Кулъба В. В., Шубин А. К. Информационное управление: элементы управления и способы информационного воздействия. Проблемы управления. - 2004. - № 3. - С.25-33.
4. Вікіпедія. -Інформаційна система. - [Електронний ресурс]. -Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційна_система.

Макріна Топале
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ЕТИКА ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ВИЩИХ НЕФІЛОЛОГІЧНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ

У статті розкривається важливість етики ділової комунікації майбутніх фахівців, визначаються її сутність та засоби формування на практичних заняттях з дисципліни "Українська мова (за професійним спрямуванням)".

Ключові слова: культура мовлення, комунікація, етика ділового мовлення, етика і етичні норми.

На сьогоднішній день розвиток промисловості та економіки будь-якої країни багато в чому залежить від знань, досвіду, досягнень та їх обміну. Процес спілкування забезпечує створення належних внутрішньо-економічних та зовнішньо-економічних зв'язків, партнерських відносин та виробничих взаємовідносин, які мають ґрунтуватися на етиці ділової комунікації.

Етика ділової комунікації фахівця має формуватися ще у період навчання у закладах вищої освіти України. Важливе значення в означеному напрямку відіграє *дисципліна "Українська мова (за професійним спрямуванням)", основною метою якої виступає* вивчення студентами теоретичних засад і практичного матеріалу навчального курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» та використання набутих знань у формуванні мовної культури і професійної мовнокомунікативної компетенції особистості й інших цивілізаційних компетенцій майбутніх фахівців, навичок, умінь до професійного спілкування державною українською мовою у суспільстві та спільній фаховій мовленнєвій діяльності з іншими людьми.

Мета статті – визначити сутність та особливостіетики ділової комунікації майбутніх фахівців вищих нефілологічних закладів України.

Насамперед, вважаємо за доцільне розкрити поняття «комунікація», та «етика ділової комунікації».

Поняття «комунікація» трактується науковцями досить різнопланово, як:

- обмін інформацією завдяки мові (як засобу передачі інформації);
- обмін інформацією за допомогою технічнихзасобів (опосередкований процесс передачі інформації);
- інтеракція (організація взаємодії і впливу);
- перцепція (чуттєве сприйняття як основа взаєморозуміння) тощо [3, с.21].

В аспекті нашого дослідження під поняттям «комунікація» розуміємо, як процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобіві з метою передавання та одержання інформації.

Дещо спільні ознаки з комунікацією яка характеризується інформаційним обміном у суспільстві має *спілкування* як безпосередній засіб обміну інформацією, але здебільшого на рівні міжособистісної взаємодії.

Як було досліджено В.Г. Спрінсяном та О.О. Панькевич [6, с. 48] дефініції *«комунікативний»* і *«комунікаційний»* взаємозамінюють одна одну як синонімічні. Поняття «комунікативний» автори розкривають як *властивість*, тобто здатність до комунікації за наявності необхідних умов, які дадуть можливість суб’єктам взаємодіяти між собою. Прикметник «комунікаційний» характеризує комунікацію як *процес* передачі та/або обміну інформацією від адресанта (відправника інформації) до адресата (одержувача).

Загальновідомо, що етика (лат. *ethica* < дав.-гр. *ήθική*, утворене від грец. *ήθος* — «звичай») — наука, що вивчає мораль. Філософська дисципліна, яка вивчає мораль, суспільні норми поведінки, звичаї. Термін також часто вживається як визначення норм поведінки, сукупності моральних правил певної суспільної чи професійної групи. Етимологічно слово «етика» не пов'язане з «етикет».

Етика ділового спілкування, або етика комунікацій, є прикладною наукою, яка вивчає фактори формування і прояв в діловій сфері деяких моральних критеріїв, норм, моральних параметрів у відносинах між виробниками і споживачами, службовцями та

керівництвом компаній, продавцями і покупцями, компаніями та державою, компаніями і суспільством [7].

Етика ділової (професійної) комунікації – комунікація, яка розгортається у сфері офіційних відносин і спрямована на розв'язання конкретної проблеми або досягнення необхідного результату, з урахуванням спільних інтересів і мети комунікантів, називається *діловою.* Ділове спілкування – найбільш масовий різновид спілкування людей в соціумі. Без нього неможливі відносини в сфері економічних, правових, дипломатичних, комерційних, адміністративних відносин.

Умінняуспішно вести ділові переговори чи грамотно й правильно скласти документ нині є обов'язковою вимогою до професійної культури менеджерів, керівників усіх рівнів, референтів, службовців. Для досягнення високої результативності в управлінській діяльності людина повинна оволодіти відповідними знаннями щодо правил, форм і методів ведення ділової комунікації, про постулати ділового спілкування.

Ділові комунікації – це сфера діяльності людей у бізнесі. Етика ділової комунікації – це, в ідеалі, процес взаємодії ділових партнерів, спрямований на організацію та оптимізацію того чи іншого виду предметної діяльності: виробничої, наукової, сервісної і т.д. У діловій комунікації предметом спілкування є спільна діяльність (спільну справу), а партнер по спілкуванню завжди виступає як особистість, значима для іншого. Продуктивна співпраця, досягнення цілей взаємодії, поліпшення партнерських відносин, в ідеалі, - основні завдання ділової комунікації. Часто задовільним результатом ділових комунікацій є зближення цілей, з'ясування позицій, досягнення бодай компромісу у вирішенні складної проблеми [7].

Як сказав Т.А. Мерфі, колишній голова правління *GeneralMotors,* «... одним і тим же спільним знаменником у бізнесі і в менеджменті є люди і відносини з людьми ... Зрештою комунікації найважливіше ... Ефективні комунікації можуть забезпечити і успіх, і невдачі, або, принаймні, визначити ступінь успіху».

Ділове спілкування – наймасовіший вид спілкування людей у соціумі. Без нього не обійтися в сферіекономічних, правових, дипломатичних, комерційних, адміністративнихвідносин.

Професійна етика – це керівництво в своїй діяльності загальними положеннями етикету, які повинні виконуватися незалежно від того, приймає їх ця людина чи ні. В основі професійної етики лежать закони загальної етики та етикету [1, с. 5].

Аналіз наукової літератури надав нам можливість визначити основні етичні правила та принципи в діловій комунікації:

- ✓ доброзичливе ставлення до людей (від настрою залежить рівень продуктивності праці й характер взаємовідносин на виробництві);
- ✓ паритетні засади (розгляд поставлених питань на рівних умовах, незалежно від посадового положення, віку, стажу роботи);
- ✓ доручення підлеглим у формі прохання, а не наказу (де можна обійтись ввічливим проханням, не варто віддавати наказ, та ще й з погрозою покарання);
- ✓ уважність та стимуляція (помічайтекожен їх успіх у роботі й стимулюйте за це. Просте «дякую», сказаневчасно, може бути не менше фективним, ніж грошова премія).

На практичних заняттях легше можна засвоїти правила і принципи ділового спілкування, а також правильне уживання української літературної мови. *Наприклад:[5]*

Завдання 1. Розставте наголос у словах, якщо виникнуть труднощі скористайтесьорфоепічним словником.

Одинадцять, автори, хаос, тонкий, спина, кулінарія, помилки, ознака, завдання, випадок, було, каталог, виделка, Дністер, феномен, усередині, умовчати, асиметрія, сільськогосподарський, речовина, разом, ринковий, показник, фаховий, поняття, масляний, лупа, шкода, ненависть, олень, колесо, загадка, ведмедиця, вітчим, відсотковий, алкоголь, вчення, граблі, громадянин, скумбрія, диспансер, довідник, дрова, закупка, курятина, начинка, оптовий, переїзд, терези, кропива, занести.

Завдання 2. Доберіть українські відповідники до іншомовних слів. За потреби скористайтесь словником іншомовних слів.

Ельдорадо, критерій, латентний, рецепт, імплементація, фіаско, жокей, фактор, овації, лінгвістика, афіша, фіксація, орфографія, аплодисменти, респект, експлуатація, лаконічність, конкретний, ліміт, стандарт, ліцензія, пріоритет, креативний, вояж, генерація,

акомпонемент, еталон, аргумент, фан, біографія, ностальгія, інтонація, менталітет, гарантія, бренд, парадокс.

Завдання 3. Поясніть, чи доцільно вживати в офіційно-діловому та науковому стилях словосполучення підростаюче покоління, відстаючий

Завдання 4. Перекладіть українською мовою.

По моей вине, пособие по философии, по последней моде, украинский по происхождению, старший по возрасту, по почте, комитет по делам молодёжи, по целым дням, по принуждению, по виду молодой, по случаю, по моим сведениям, экономист по образованию, пятерка по математике, по поручению, ходить по аллеям, по просьбе, по требованию, по ошибке, по понедельникам, по воскресенье включительно, по возвращении, комиссия по составлению резолюции, гулять по городу, скучать по дому, по моему мнению, знать по газетам, по свидетельствам, отпуск по болезни, пришел по такому поводу, смотря по погоде, мероприятия по сохранении, видно по глазам, по закону, не по силам, из-за границы, из-за отсутствия денег, из-за болезни, из-за тебя, писать на украинском языке, перевести на украинский язык, вспомнил о той встрече, около двух километров, возле университета, рядом со мной, рядом с домом.

Виконуючи ці і подібні вправи можна уникнути вживання русизмів, суржику та іншомовних слів, які багатьом не зрозумілі. Правильна вимова слова, правильний наголос та інтонація при вимові – це запорука успіху у діловому спілкуванні та професійній діяльності. Адже, якщо людина вміє гарно піднести свою думку оточуючим, то вона буде відразу сприйнята слухачами та її думку обов’язково приймуть до уваги.

Так, як ми живемо в Україні для нас, як для майбутніх фахівців, дуже важливим є добре володіння українською фаховою мовою, відповідний рівень культури усного і писемного мовлення, що є ознакою і показником високого інтелекту освіченої людини, свідомого громадянина нашої держави. Тому вивчення такої дисципліни в вищих нефілологічних навчальних закладах, як “Українська мова (за професійним спрямуванням)” є дуже важливою. Адже не знання своєї

мови є показником не лише низького інтелекту, але й малої обізнаності і неповаги до своєї країни.

Вивчення цієї дисципліни сприятиме, по-перше, активізації й поглибленню знань студентами норм граматики, лексики, фразеології та синтаксису сучасної фахової мови, по-друге, розвиткові й удосконаленню вмінь і навичок роботи з текстами наукового та офіційно-ділового стилю в межах сфери професійного спрямування; також спрямована на підвищення рівня грамотності – як усної, так і писемної форм спілкування, по-третє, збагаченню комунікативного досвіду, що сприяє розвиткові креативних здібностей майбутніх фахівців та їх самореалізації, виробленню навичок оптимальної мовної поведінки у професійній сфері: вплив на співрозмовника за допомоги вмілого використання різноманітних мовних засобів, оволодіння культурою монологу, діалогу та полілогу, по-четверте, сприйняттю й відтворенню фахових текстів, засвоєнню лексики і термінології свого фаху, вибору комунікативно-виправданих мовних засобів.

Професійно-зорієнтованій мовній освіті сприятиме використання текстів спеціальної тематики, робота з галузевою термінологією, переклад професійно спрямованих текстів та розуміння думки іншого фахівця.

Для дотриманняетики ділової комунікаціїне достатньо вивчення конкретної дисципліни у вищих навчальних закладах, а й потрібно докласти самому багато зусиль для досягнення визначеного рівня культури мови. А це можна зробити коли багато читаєш різної літератури. Чим більший словниковий запас, тим менша потреба в русизмах і слів не властивих українській мові, легше висловлювати свою думку, відстоювати її. Що саме читати, вибір за вами, що більше до вподоби – від віршів, оповідань до комедій, трагедій, романів. А найголовніше – зробити вибір у сторону літературної мови, намагатися змінити мислення і тоді легше буде порозумітися з фахівцями вашого фаху, передати зміст ваших думок співбесіднику та переконати його у правоті ваших думок, що є важливим елементом для ділових та партнерських взаємовідносин.

Таким чином, етика ділової комунікації є невід’ємною частиною кожної людини, а особливо фахівців, підприємців та людей, що працюють в державних органах, адже вони часто стискаються з

ситуацією, коли треба виступати на публіку і зуміти переконати слухачів у правоті ваших думок, а також у переговорах з діловими партнерами. Пам'ятайте все починається з вас і все залежить від вас.

Література

1. Діловий етикет і культура спілкування: навч.-тематичний план, програма, плани семінар. і практ. занять для студ. Напряму підготовки 0502 "Менеджмент" професійного спрямування 6.050200 "Менеджмент організацій" (менеджмент туристичної індустрії) / Федерація профспілок України ; Інститут туризму / Н.В. Федоренко (упоряд.) — К., 2006. — 18 с.
2. Кубрак О. Етика ділового та повсякденного спілкування: учбовий посібник/ Олег Кубрак,. - 3-тє вид., стереотип.. - Суми: Університетська книга; К.: ВД "Княгиня Ольга", 2005. - 221 с.
3. Лавренюк В.В., Розвиток фахового мовлення студентів на заняттях з української мови за професійним спрямуванням // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації. Збірник Матеріалів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 р. / підзаг. ред. В.Г. Спрінсяна. – Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016. – С. 449-455.
4. Панькевич О., Василенко О. Формування культури мовлення майбутніх документознавців під час фахової підготовки у ВНЗ /Аркадіа. – 2016. – №. 1. – С. 165-169.
5. Панькевич О.О. Методика викладання дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням: комунікативний підхід» / О.О. Панькевич // Освіта та педагогічна наука. – 2016. – №2 (165). – С. 20-25.
6. Спрінсян В. Комунікаційне середовище документознавства в Україні (на прикладі Міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття») / В. Спрінсян, О. Панькевич // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 5. – С. 47-49.

Оксана Бурля
Національний авіаційний університет,
Київ, Україна

АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕРЕХОДУ ВІД ТРАДИЦІЙНОГО ДО ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ

У статті розглянуто актуальність переходу установ від традиційного до електронного документообігу, описано основні шляхи проходження електронного документа в установі, а саме – його опрацювання, виконання та подання на затвердження керівнику. Розглянуто традиційну характеристику системи електронного документообігу відповідно до Порядку роботи з електронними документами у діловодстві та їх підготовки до передавання на архівне зберігання.

Ключові слова: *електронний документ, автоматизований документообіг, система електронного документообігу організації.*

АКТУАЛЬНОСТЬ ПЕРЕХОДА ОТ ТРАДИЦИОННОГО К ЭЛЕКТРОННОМУ ДОКУМЕНТООБОРОТУ

В статье рассмотрены актуальность перехода учреждений от традиционного к электронному документообороту, описаны основные пути прохождения электронного документа в учреждении, а именно – его обработки, выполнения и представления на утверждение руководителю. Рассмотрены традиционную характеристику системы электронного документооборота в соответствии с «Порядком работы с электронными документами в делопроизводстве и их подготовки к передаче на архивное хранение».

Ключевые слова: *электронный документ, автоматизированный документооборот, система электронного документооборота организации.*

THE IMPORTANCE OF TRANSITION FROM TRADITIONAL TO ELECTRONIC DOCUMENTATION

The article considers the relevance of the transition of institutions from traditional to electronic document circulation, describes the main ways of passing an electronic document in an institution, namely, its processing,

implementation and submission for approval to the head. The traditional characteristics of the electronic document management system are considered in accordance with the "Procedure for Working with Electronic Documents in Office Management and their Preparation for Transfer to Archiving".

Key words: *electronic document, automated document circulation, the electronic document management system of an organization.*

З огляду на міжнародний досвід технологічний розвиток є одним з основних факторів забезпечення успішності реформування бізнесу та підвищення конкурентоспроможності країни. Удосконалення методів роботи з документами у сучасних умовах спрямована на широке використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, адже саме інструменти автоматизації здатні забезпечити значне покращення якості та ефективності діяльності роботи фахівців-діловодів, підвищення відкритості та прозорості документаційних процесів в установі.

Електронізація діловодства в установах поширюється на всі життєво-важливі відділи (фінансові, кадрові, господарські та ін.). Адже, запровадження електронного діловодства є базовою передумовою для розбудови в установі ефективної цифрової економіки, прозорості та відкритості управління та виконавської дисципліни персоналу. Трансформація традиційного діловодства в цифровий формат дає змогу покращити всі етапи документування від створення документа до його зберігання, що дає змогу спростити шляхи проходження документа в установі, модернізувати управління в цілому за допомогою використання інформаційно-комунікаційних технологій. Потреба в ефективному керуванні документами і призводить до створення автоматизованих систем електронного документообігу, що включають в себе створення електронних документів, їх обробку, передачу, збереження.

Особливості організації електронного документообігу визначаються інструкцією з діловодства установи з урахуванням вимог нормативно-правових документів з питань діловодства та архівної справи, а також характеристик технічних і програмних засобів, що функціонують в організації [1]. Впровадження системи автоматизації

діловодства покладається на службу діловодства разом із структурними підрозділами (канцелярією, відділом документообігу), що відповідають за автоматизацію та розробку регламенту роботи з документами у цифровій формі. У разі застосування засобів автоматизації діловодства підприємство має забезпечити сумісність традиційного та автоматизованого способу опрацювання документів.

Сама система електронних документів призначена забезпечити процес створення, керування і розповсюдження великих обсягів документів у корпоративних мережах, а також вести контроль за потоками документів в установі. Для ефективного забезпечення автоматизованого виконання підрозділами і працівниками установи процедур обробки документації має включати наступні процеси: реєстрацію документів з використанням електронних реєстраційно-контрольних карток; відправлення виконавцям копій документів за допомогою електронної пошти; пошук у базі даних, перегляд і редагування електронних текстів документів у відповідності з правом доступу до них компетентних осіб; контроль за проходженням і виконанням документів, їх оформлення і передання до електронного архіву для подальшого зберігання [2].

Правильно побудована система електронного документообігу має забезпечувати головне завдання системи електронних документів – організацію раціонального руху, опрацювання та збереження електронних документів, забезпечення швидкого пошуку як по атрибутах, так і за змістом.

Комплексна система електронних документів має містити у собі певну кількість підсистем, побудованих за допомогою програмних продуктів, й повинна охоплювати весь цикл діловодства в установі – від постановки завдання на створення документа, його опрацювання й до списання чи передання в архів, забезпечувати централізоване збереження документів у будь-яких форматах, у тому числі, складних композиційних документів.

Користувачами систем електронних документів можуть бути великі державні та недержавні організації, підприємства, банки, промислові підприємства та всі інші структури, чия діяльність супроводжується значним обсягом створюваних, оброблюваних і

збережених документів. На сьогодні, серед відомих систем електронного документообігу в Україні можна назвати: АСКОД™ – система електронного документообігу призначена для автоматизації процесів діловодства, службового, господарського та управлінського документообігу; Сервіс «1С:ЕДО» – це сервіс 1С:ІТС для користувачів програмних продуктів «1С:Підприємство», за допомогою якого можна обмінюватися будь-якими електронними документами зі своїми контрагентами; а також відомі системи: Атлас ДОК, Megapolis.Документообіг, ДОК ПРОФ, АСКОД і FossDoc, Справа, БОС-Референт, CompanyMedia, DIRECTUM, DOCUMENTUM, DocsVision, ЕВФРАТ-Документообіг, Optima-Workflow, LanDocs, Lotsia PDM Plus.

Для регулювання правовідносин у сфері інформаційних технологій Верховною Радою України ухвалено кілька Законів України, а саме: «Про електронні документи та електронний документообіг»; «Про електронний цифровий підпис»; «Про обов’язковий примірник документів»; «Про Національну програму інформатизації»; «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» та інші.

Також методика організації електронного діловодства, проходження електронних документів та їх виконання в організації прописані у пунктів 1-3 глави 4 розділу Порядку роботи з електронними документами у діловодстві та їх підготовки до передавання на архівне зберігання, затвердженого наказом Міністерства юстиції України від 11 листопада 2014 року № 1886/5, де надані рекомендації для ефективного забезпечення роботи з електронними документами та їх своєчасного виконання у підприємстві, розробці схем проходження е-документів між підрозділами установи [1]. Відповідно до цих схем працівникам надається доступ до електронних документів залежно від їх компетентностей.

Відповідно до схем проходження е-документів, затверджених керівником установи, визначається та затверджується список посадових осіб, які повинні отримати необхідні засоби електронного цифрового підпису для засвідчення документів та проставлення

електронної печатки підприємства. Після попереднього розгляду та реєстрації е-документа служба діловодства повідомляє керівника установи про надходження е-документів та посилання на їх файли в інформаційно-автоматизовану систему (ІАС) підприємства.

За організацію системи сповіщення працівників відповідає служба інформаційного забезпечення установи. Після попереднього розгляду е-документа керівником установи створюється електронна резолюція, що автоматично додається до реєстраційно-контрольної картки е-документа [1]. Для автоматичного додавання резолюції до РКК документа в ІАС установи має бути передбачено відповідний інтерфейс, що забезпечує керівнику можливістю вводу тексту резолюції, вибору переліку виконавців та накладання на резолюцію електронного цифрового підпису.

Після проставлення резолюції ІАС установи повинна забезпечувати автоматичне формування та надсилання повідомлень виконавцям, зазначеним у резолюції, а також службі діловодства. Таке повідомлення складається із: змісту резолюції, ім’я файлу е-документа, до якого була створена резолюція, та посилання на нього в ІАС установи. Повідомлення виконавцю є підставою для автоматичного надання йому доступу до е-документа, якщо це не суперечить політиці безпеки в установі та технічного захисту інформації. Якщо доступ надається автоматично, відомості про це автоматично надсилаються до служби інформаційного забезпечення установи.

За надання своєчасного доступу виконавцю до е-документа відповідає служба інформаційного забезпечення установи. Надання доступу у межах структурного підрозділу здійснюється через особу, відповідальну за діловодство в структурному підрозділі (секретаря).

Головний виконавець, відповідальний за виконання електронного документа, має організовувати роботу співвиконавців та встановлювати строки подання ними пропозицій, порядок погодження і підготовки проекту документа. Разом з проектом е-документа в ІАС установи створюється нова реєстраційно-контрольна картка до нового е-документа, файлу проекту документа надається ім’я, залежно від призначення документа (внутрішній, вихідний, вхідний), і в новій реєстраційно-контрольній картці фіксується посилання на файл

проекту е-документа в ІАС установи. В свою чергу інформаційно-автоматизована система має забезпечити виконавців можливістю спільного редагування одного і того ж проекту е-документа, передавання між собою пропозицій в електронній формі.

Після створення остаточної редакції проекту електронного документа головний виконавець повідомляє про це службу діловодства та надсилає його на підпис за схемою проходження, визначеною в установі для відповідного виду електронного документа.

Оскільки процес управління підприємством в умовах цифрового розвитку вимагає чіткої організації сфери діловодства, то виникає необхідність реорганізовувати управлінські механізми шляхом переведення та впорядкування документаційної основи організації, розробці і застосуванні методів переведення документообігу з паперової (традиційного) форми в електронну. За цим способом ведення діловодства майбутнє ефективної цифрової економіки та взагалі діяльності бізнесу та державного процвітання.

Література

1. Про затвердження Порядку роботи з електронними документами у діловодстві та їх підготовки до передавання на архівне зберігання [Електронний ресурс] : наказ Міністерства юстиції України від 11.11.2014р. № 1886/5. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1421-14/ (дата звернення: 04.03.2018). – Назва з екрана.
2. Загальне діловодство: теорія та практика керування документацією із загальних питань: навчальний посібник – вид. 4-те (виправлене і доповнене). – К. : Видавництво Ліра-К – 2017. – 624 с.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Malika Doshchanova
The Tashkent university of information technology
Tashkent, Uzbekistan

Akiljan Matyakubova
Nurabad Professional College of Economy and Energy
Oxangaron, Uzbekistan

ALGORITHMIZATION OF THE FUNCTIONING OF AUTOMATED TRAINING SYSTEMS

Анотація: *В статті вирішується завдання алгоритмізації роботи технічного пристрою, тобто створення деякого алгоритмічного еквіваленту, придатного для реалізації у вигляді програми на алгоритмічній мові комп'ютера.*

Ключові слова: *автоматизація процесу навчання, технічний пристрій, тест, контроль, навчальний процес.*

Аннотация: *В статье решается задача алгоритмизации работы технического устройства, то есть создания некоторого алгоритмического эквивалента, пригодного для реализации в виде программы на алгоритмическом языке компьютера.*

Ключевые слова: *автоматизация процесса обучения, техническое устройство, тест, контроль, учебный процесс.*

Abstract: *The article solves the problem of algorithmizing the operation of a technical device, that is, creating an algorithmic equivalent suitable for implementation in the form of a program in the algorithmic language of a computer.*

Keywords: *automation of the learning process, technical device, test, control, educational process.*

Automation of the learning process is one of the most important scientific and technical problems, from the successful solution of which the pace and quality of education in higher education institutions in many ways

depend [1]. This explains the rapid development and implementation of automated training systems (ATS) in the learning process.

To analyze the work and synthesize the structure of any system, including a technical device intended for monitoring and training, it is necessary to first build a mathematical model for the functioning of this system and choose a method for a formalized description of its structure.

So far, the problems of the mathematical description of the ATS work, as well as the formalized description of the ATS structures, have not yet been uniquely resolved.

At the present time, it is possible to single out the following 3 directions of development of ATS, the simultaneous existence and sufficiently intensive development of which is due to the fact that each of them has its own distinctive advantages and disadvantages:

1) systems, built on the basis of specialized blocks of digital computers, assembled into specific structures;

2) systems based on a general-purpose computer and standard peripheral equipment;

3) systems based on a general-purpose computer and specialized student terminals designed for the learning process.

For ATS of the first direction, the minimum redundancy is typical and, as a result, the cost is much lower compared to the second-order ATS.

About half of the country's universities are engaged in the development of technical control and training devices [2].

At the same time, special attention is paid to the means of control, since according to experts the control with the help of technical means becomes more objective, operative and regular. Students also have a need for self-control, which, as is known, is an essential element of self-learning. When using technical means of control, the number of students who pass the test on the first occasion increases by about 10%, and the number of unsatisfactory grades decreases to 3-4% [3].

In this regard, the universities of the country set the task of introducing technical means of control in all academic disciplines. The use of various technical devices and as simulators proved very effective.

However, the development of efficient first-order ATSs is associated with significant difficulties due to the selection of individual specialized

units and devices and their integration into a single system that have specified characteristics and performs certain functions.

The second direction in the development of ATS with the correct formulation and solution of the problem related to automation would be preferable, but it requires a large amount of work related to the development of special mathematical software and it is hardly economically possible to always be profitable due to the length of the development period not prepared material and technical base of universities, as well as the existence of a number of unsolved problems of engineering psychology, generated by the fact that serial equipment, including terminals, are developed without taking into account the psychological and pedagogical requirements of the educational process.

At the same time, the computer facilities in the country's universities are expanding every year and an increasing part of the computing resources can be used to automate learning, one of the most promising areas of computer application at the university.

To build ATS on the basis of a computer, it is necessary to develop a computer work program that manages the learning process, that is, a training program that must implement some of the mandatory and specific requirements for each ATS. For example, the reception of students' answers, syntactic and semantic control, error diagnosis, the choice of a solution for managing the learning process, etc. To implement the requirements on the computer, it is necessary to create the appropriate program modules - subroutines or blocks. For example, the response accumulation block, the response image comparison block with the standard, the response analysis unit, the static processing unit of the learning outcomes, and so on. Mandatory is the program - the dispatcher that is the main program that controls the sequence of execution of all program modules.

Thus, the task of synthesizing computer-based training programs for ATS based on a computer, in contrast to technical units in technical devices, is associated with the allocation of program blocks that perform specified directives, analogues of the links between technical blocks are the logical links of modules implemented by the program-controller.

ATS of the third direction on the basis of a computer with specialized terminals, that is, in essence, hybrid systems, appear to be the most

promising, since they can take into account and eliminate the shortcomings inherent in the first two types of ATS, and also create the prerequisite for the effective realization of their advantages.

Such as, for example, the satisfaction of didactic requirements through the creation of specialized terminals, the versatility and the ability to learn and control various disciplines at the expense of a large amount of computer memory, increase performance by parallelizing operations between computers and terminals, reducing costs by transferring part of the functions by the terminal and the release of expensive computer time, the use of mini computers, etc.

On the other hand, the principle of operation of technical control devices and training can be used in ATS, built on the basis of universal computers.

Literature

1. Novikov V.A. Primeneniye texnichekix sredstv obucheniya i EVM v uchebnom protsesse. – Vestnik KPI. ser. Nauchno-metodicheskaya, 1978, vip. 2, s. 29-32.

2. Rumyantseva L.I., Novikov V.A. Vozmojnosti texnicheskix sredstv obucheniya v reshenii zadach nauchnoy organizatsii uchebnogo protsessa. – V kn.: Sbornik nauchno-metodicheskix statey po texnicheskim sredstvam obucheniya. M., Visshaya shkola, 1978, s. 10-13.

3. Kunsevich M.V. Razrabotka metodov analiza i sinteza struktur avtomatizirovannix system dlya kontrolya znaniy: Dis.kan.tex. nauki. M., RGB, 2007.

Ольга Малюк
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ, Україна

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОБОТИ ФАХІВЦЯ З ДОКУМЕНТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ

Анотація: *сучасне документаційне забезпечення та інші сфери діяльності все більше потребують інформаційного обслуговування, переробки величезної кількості інформації. Універсальним технічним засобом обробки будь-якої інформації є комп'ютер, який грає роль підсилювача інтелектуальних можливостей людини і суспільства в цілому, а комунікаційні засоби, які використовують комп'ютери, служать для зв'язку і передачі інформації.*

Ключові слова: *інформатизація суспільства інформаційні технології, інформаційне забезпечення*

Аннотация: *современное документационное обеспечение и другие сферы деятельности все более нуждаются в информационном обслуживании, переработке огромного количества информации. Универсальным техническим средством обработки любой информации является компьютер, который играет роль усилителя интеллектуальных возможностей человека и общества в целом, а коммуникационные средства, которые используют компьютеры, служат для связи и передачи информации.*

Ключевые слова: *информатизация общества информационные технологии, информационное обеспечение*

Annotation: *modern documentation support and other areas of activity increasingly need information services, processing a huge amount of information. A universal technical means of processing any information is a computer that plays the role of an amplifier of the intellectual capabilities of the individual and society as a whole, and the communication tools that use computers serve for communication and information transfer.*

Keywords: *informatization of society information technologies, information support*

Інформатизація суспільства є однією із закономірностей сучасного соціального прогресу. Цей термін все наполегливіше витісняє широко використовуваний до недавнього часу термін „комп'ютеризація суспільства". При зовнішній схожості цих понять вони мають істотну відмінність.

При комп'ютеризації суспільства основна увага приділяється розвитку і впровадженню технічної бази комп'ютерів, що забезпечують оперативне отримання результатів переробки інформації та її накопичення.

При інформатизації суспільства основна увага приділяється комплексу заходів, спрямованих на забезпечення повного використання достовірного, вичерпного і своєчасного знання в усіх видах людської діяльності.

Таким чином, „інформатизація суспільства" є більш широким поняттям, ніж „комп'ютеризація суспільства" і спрямована на якнайшвидше оволодіння інформацією для задоволення своїх потреб. У понятті „інформатизація суспільства" акцент треба робити не стільки на технічних засобах, скільки на сутності й меті соціально-технічного прогресу. Комп'ютери є базовою технічною складовою процесу інформатизації суспільства.

Серед визначених тенденцій нашого суспільного розвитку виділяється та, що наша держава в сучасних умовах приєднується до світового інформаційного суспільства (інформаційної цивілізації) – суспільства, у якому діяльність людей здійснюється на основі послуг, що надаються за допомогою засобів електронного зв'язку та комп'ютерних технологій. Тобто інформаційне суспільство визначається зростанням ролі інформації у соціальних відносинах, швидкістю її опрацювання за рахунок комп'ютерної техніки та впровадженням заснованих на ній нових інформаційних технологій у всі сфери суспільного життя.

Розвиток інформаційної діяльності, вихід до інформаційних мереж світової інформаційної інфраструктури, обмін інформацією, створення зведених електронних каталогів, корпоративних інформаційних мереж значно розширює спектр прикладного використання автоматизованих документно-інформаційних систем,

робить їх застосування міждисциплінарним напрямом, необхідним для вивчення фахівцями, які працюють з інформаційними ресурсами науки, культури, освіти, сфери підприємництва.

А яке ж значення підготовки фахівців для інформаційного суспільства?

Підбором, обробкою і оформленням інформації сьогодні повинен займатися спеціально підготовлений для цього фахівець – документознавець - інформаційний аналітик. Нагальною стала проблема кардинальної зміни ролі і місця служб діловодства в апараті управління. У сучасній установі необхідно створення шляхом об'єднання функцій канцелярії, секретаріату й інформаційного центру єдиного підрозділу управління документацією з підпорядкуванням його першому керівникові. Цей підрозділ, оснащений новітніми засобами комп'ютерної та іншої багатофункціональної організаційної техніки, мусить виконувати одну з головних функцій управління – досконале управління документацією. Створення такого спеціалізованого підрозділу призведе до зменшення чисельності апарату управління й ліквідації зайвих посад. Коло обов'язків його провідних співробітників, інформаційних аналітиків та системотехників буде досить значне й багатогранне. Їх основні функціональні обов'язки – брати разом з основними фахівцями апарату активну участь у керуванні всією документацією установи, проводити моніторинг релевантної інформації й розробляти ефективні управлінські рішення, вести контроль і перевірку виконання завдань і розпоряджень вищого керівництва [1, 130-131].

Інформаційне забезпечення можна визначити як комплекс організаційних, правових, технічних і технологічних заходів, засобів та методів, котрі забезпечують у процесі управління і функціонування системи інформаційні зв'язки її елементів (суб'єктів і об'єктів) шляхом оптимальної організації інформаційних масивів баз даних і знань .

Сенс інформаційного забезпечення полягає в органічному поєднанні наукових знань, наукової методології та методики з новітніми технічними засобами у всіх проявах інформаційної роботи [2, 25].

Для інформатизації суспільства та бізнесу необхідний широкий спектр програмно-апаратних засобів, у тому числі обчислювальної техніки та засобів зв'язку. Різні технічні засоби забезпечують прийом і передачу трьох основних видів інформації (мова, друкований текст, графіка) в статиці й динаміці з максимальним використанням трьох почуттів сприйняття людини (слух, дотик, зір). Технічні засоби зв'язку забезпечують передачу інформації, при цьому використовуються не тільки „чисті" пристрої зв'язку, а й інформаційно-комунікаційні комп'ютери. На діловому підприємстві залежно від масштабу і особливостей підприємництва може використовуватися від одного до декількох тисяч комп'ютерів для зберігання та обробки інформації [3, 26-27].

Існують різні підходи щодо вдосконалення інформаційного забезпечення на основі сучасних інформаційних технологій.

Один з них – це вдосконалення виконання окремих видів робіт шляхом застосування універсальних інформаційних технологій. Такий підхід простіший у реалізації. Він може бути реалізований як на конкретному комп'ютері, так і в рамках локальної мережі. Він орієнтується на існуючу структуру підприємства, пов'язаний з мінімальним ступенем ризику, дає можливість відразу оцінити ефект від впровадження нових інформаційних технологій. Він виправданий в малих і середніх за розміром організаціях, фірмах, за відсутності можливості та необхідності комплексного підходу до вирішення проблеми, а також у фірмах, де специфіка основної діяльності та її діловодство не дають можливості ефективно використовувати типові рішення. Нестабільність ситуації в суспільстві змушує малі і середні організації „жити сьогоднішнім днем" і обирати саме цю стратегію використання сучасних інформаційних технологій у своїй роботі;

інший - комплексне впровадження інформаційних технологій в усі сфери документаційного забезпечення управління. Цей підхід дозволяє створити єдиний інформаційний простір в організації. Для його реалізації використовують спеціалізовані комплексні інформаційні технології. Він є найбільш ефективним способом вирішення проблеми в цілому, однак вимагає наявності великих ресурсів (фінансових, людських та інших), модернізації організаційної

структури організації, тривалого тимчасового періоду реалізації. Така стратегія характерна для великих організацій. Кожна організація, установа, фірма проходить свій власний шлях з метою вдосконалення документаційного забезпечення управління на базі впровадження нових інформаційних технологій. У великих організаціях зі стійкими бізнес-процесами ефективніше комплексне впровадження інформаційних технологій.

Сучасні інформаційні технології міцно увійшли в наше життя. Інформаційні технології відкрили нові можливості для роботи і відпочинку, дозволили багато в чому полегшити працю людини.

Сучасне суспільство навряд чи можна уявити без інформаційних технологій. Перспективи розвитку обчислювальної техніки сьогодні складно уявити навіть фахівцям. Проте, ясно, що в майбутньому нас чекає щось грандіозне. І якщо темпи розвитку інформаційних технологій не скоротяться (а в цьому немає ніяких сумнівів), то це відбудеться дуже скоро.

З розвитком сучасних інформаційних технологій зростає прозорість світу, швидкість і обсяги передачі інформації між елементами світової системи, з'являється ще один інтегруючий світовий фактор. Для фахівця як представника служби документаційного забезпечення управління швидкість і простота роботи з інформацією і документацією є головним чинником розвитку та процвітання діловодних процесів на підприємстві чи в організації.

Література

1. Бездрабко В. В. Документознавство в Україні: інституціоналізація та сучасний розвиток / В. В. Бездрабко. – К. : Четверта хвиля, 2009. – 720 с.
2. Максимович Г. Автоматизація інформаційного забезпечення управління / Г. Максимович, В. Берестова // Секретарська справа. - 2003. - № 11. - С. 25-27.
3. Черкасова Ю.М. Информационные технологии управления: учеб. пособие / Ю.М. Черкасова. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 216 с.

Юлія Давиденко
Житомирська міська гімназія № 3
Житомир, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МАТЕМАТИЧНОГО МИСЛЕННЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Анотація. *У статті розглянуто проблему формування в учнів початкових класів умінь математичного моделювання у процесі розв'язування задач.*

Ключові слова: *математичне мислення, математичне моделювання, математична освіта.*

Аннотация. *В статье рассмотрена проблема формирования у учеников начальных классов умений математического моделирования в процессе развязывания задач.*

Ключевые слова: *математическое мышление, математическое моделирование, математическое образование.*

Annotation. *In the article a forming problem is considered for the students of initial classes of abilities of mathematical design in the process of untiing of tasks.*

Keywords: *mathematical thinking, mathematical design, mathematical education.*

Актуальність обраної теми підтверджується тим, що нові підходи до вдосконалення навчально-виховного процесу з метою формування всебічно розвиненої і творчо мислячої особистості молодшого школяра в чому залежить від уміння ними вирішувати нестандартні задачі. До цих пір в навчанні математиці не подолані стереотипи, які заважають досягненню поставленої перед школою цілі гармонійного розвитку особистості учня. До подібних недоробок у сфері методики навчання рішенню завдань відносяться наступні:

- стандартизація змісту і методів вирішення завдань, що виявляється у вузькому розумінні вчителями ролі математичної задачі в процесі навчання;
- недосконалість методики навчання рішенню завдань, яке розкривається у навчанні вирішення завдань за зразком;
- невідповідність постановки завдань і їхніх рішень закономірностям розвивається математичного мислення, що

виявляється у відсутності в шкільному курсі математики завдань, вирішення яких формували у школярів найважливіші розумові вміння (узагальнювати, аналізувати, моделювати);

- спостерігається суперечність між вимогами науки до навчання і реальним втіленням на практиці.

Науково-методичне забезпечення розвивального навчання математики в початковій школі [1] посилює актуальність теоретичного розв’язання та методичного забезпечення названої проблеми в початковій ланці шкільної математичної освіти.

Найбільш доступним засобом вирішення цієї проблеми буде введення в курс початкової математики нестандартних завдань та математичне моделювання. Математичне моделювання формують у школярів високу математичну активність, якості, властиві творчої особистості: гнучкість, оригінальність, глибину, цілеспрямованість, критичність мислення. Нестандартні задачі та математичне моделювання завжди подаються у захоплювальній формі, вони проганяють інтелектуальну лінь, виробляють звичку до розумової праці, виховують наполегливість у подоланні труднощів.

Аналіз актуальних досліджень. Психологічний аспект зазначеної проблеми (закономірності мислительної діяльності, переформулювання задач, моделювання як засіб пізнання та ін.) розглянуто в роботах Л.С.Виготського, П.Я.Гальперіна, Г.С.Костюка, О.М.Леонтьєва, Є.І.Машбиця, С.Л. Рубінштейна та ін.

Аспекти дослідження математичних моделей засобами інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема методичне забезпечення та методика навчання, розроблені М.І. Жалдаком, Н.В. Морзе, Г.О. Михаліним, С.А. Раковим та ін. У дисертаціях Л.Г. Петерсон [4],

В.С. Билкова [1], Є.В. Величка [2] та ін. розроблено методичні системи навчання учнів методу математичного моделювання засобами курсів математики.

Виклад основного матеріалу. Під математичним розвитком дитини молодшого шкільного віку будемо розуміти цілеспрямоване і методично організоване формування і розвиток сукупності взаємопов'язаних основних (базових) властивостей і якостей математичного мислення дитини та її здібностей до математичного пізнання дійсності.

Модель досліджуваного математичного поняття або відношення грає роль універсального засобу вивчення властивостей математичних об'єктів. При такому підході до формування початкових математичних уявлень враховується не тільки специфіка математики (науки, що вивчає кількісні та просторові характеристики реальних об'єктів і процесів), а й відбувається навчання дітей загальним способом діяльності з математичними моделями реальної дійсності і способом побудови цих моделей.

Будучи загальним прийомом вивчення дійсності, моделювання дозволяє ефективно формувати такі прийоми розумової діяльності як класифікація, порівняння, аналіз і синтез, узагальнення, абстрагування, індуктивні і дедуктивні способи міркувань, що в свою чергу стимулює в перспективі інтенсивний розвиток словесно-логічного мислення.

Таким чином, можна вважати, що даний підхід буде забезпечувати формування і розвиток математичного мислення дитини, а, отже, забезпечуватиме його математичний розвиток [2, с.43-47].

Математичне мислення є одним з найважливіших компонентів процесу пізнавальної діяльності учнів, без цілеспрямованого розвитку якого неможливо досягти ефективних результатів у оволодінні школярами системою математичних знань, умінь і навичок. Формування математичного мислення молодших школярів передбачає цілеспрямований розвиток на предмет математики всіх якостей, притаманних природно-наукового мислення, комплексу розумових умінь, що лежать в основі методів наукового пізнання, в органічній єдності з формами прояву мислення, зумовленими специфікою самої математики, з постійним акцентом на розвиток науково-теоретичного мислення.

Математичне мислення має свої специфічні риси й особливості, які обумовлені специфікою досліджуваних при цьому об'єктів, а також специфікою методів їхнього вивчення. Математичне мислення характеризують появою певних якостей мислення. До них відносяться: гнучкість, оригінальність, глибина, цілеспрямованість, раціональність, широта, активність, критичність, доказовість мислення, організованість пам'яті, чіткість і лаконічність мови і запису.

Гнучкість мислення виявляється в умінні змінювати способи вирішення завдання, виходити за межі звичного способу дії, знаходити нові способи вирішення проблем при зміні задаються умов.

А. Ейнштейн вказував на гнучкість мислення як на характерну рису творчості.

Антиподом гнучкості мислення є шаблонність мислення. Це бажання слідувати відомій системі правил в процесі виконання завдання. Шаблонність мислення нерідко є наслідком «натаскування» учнів за певними видами типових завдань. Часто, наприклад, школярі починають вирішувати незнайому їм завдання тим способом, який їм «перший прийшов в голову». Саме на подолання цієї якості мислення спрямовані нестандартні задачі. Інша якість математичного мислення - активність Вона характеризується сталістю зусиль, спрямованих на вирішення деякої проблеми, бажанням обов'язково вирішити цю проблему, вивчити різні підходи до її вирішення.

Наступне якість - цілеспрямованість мислення, яка включає прагнення здійснювати розумний вибір дій при вирішенні будь-якої проблеми, а також прагненням до пошуку найліпших шляхів її вирішення.

Цілеспрямованість мислення дає можливість більш економічного вирішення багатьох завдань, які звичайним способом вирішуються якщо не складно, то занадто довго.

Така, наприклад, завдання про обчислення суми 1 +2 +3 + ... +97 +98 +99 +100. Поставивши метою спростити обчислення за допомогою застосування будь-яких законів складання, школяр без праці встановить відомий спосіб обчислення цієї суми: 1 +2 +3 + ... +97 +98 +99 +100 = (1 +99) + (2 +98) + ... + (49 +51) +5 +100 = 5050.

Цілеспрямованість мислення сприяє прояву раціональності мислення, яка характеризується схильністю до економії часу і засобів для виконання завдання, прагнення відшукати оптимально просте в даних умовах рішення, використовувати в ході вирішення схеми, умовні позначення.

Усі розглянуті вище якості можуть розвинутися лише при наявності активності мислення, яка характеризується сталістю зусиль, спрямовані на рішення деякої задачі, бажанням обов'язково вирішити поставлену проблему, вивчити різні підходи до її вирішення, досліджувати різні варіанти постановки цієї проблеми в залежності від зміни умов.

Таким чином, створена теорія задач розвивальної математичної освіти базується на:

- задачному підході до формування та розвитку навчальної діяльності;
- сформульованому принципі розвивальної наступності;
- ідеї єдності методів математичного, навчального, навчально-теоретичного й теоретичного моделювання;
- особливій задачі – рефлексія процесу учіння (навчального пізнання).

Список використаної літератури

1. Александрова Э.И. Научно-методические основы построения начального курса математики в системе развивающего обучения: Монография. – Омск: ГОУ ДПО ИПКРО, 2006. – 332 с.
2. Белошіста А. В. Методика навчання математики в початковій школі: курс лекцій: навч. посібник для студентів ВНЗ. - М.: Гуманітарії. Вид. Центр ВЛАДОС, 2005.- 455 с.
3. Дедюхін А.М, Сухомлинський В.А. Про розвиток мислення молодших школярів / / Початкова школа. - 1984. - № 1. - С. 70 - 72.
4. Інноваційні педагогічні технології: Активне навчання: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів (за ред. А.П.. Панфілова).- М .: Видавничий центр Академія „Raquo“. – 2009. - 192 с.
5. Левітас Г. Нестандартні завдання на уроках математики в другому класі / / Додаток до газети «Перше вересня». - 2012. - № 12.
6. Петерсон Л.Г. Моделирование как средство формирования представлений о понятии функции в 4 – 6 классах средней школы / Л.С Петерсон. – Дисс. канд. пед. наук – М., 1984. – 201 с.
7. Семенець С.П. Навчальне моделювання методів доведення в шкільному курсі математики //Математика в школі. – 2006. – №9. – С. 12-16.
8. Терентьєва Л.П. Година інтелектуального розвитку молодшого школяра: Спецкурс. - Чебоксари: ЧДПУ ім. І.Я. Яковлева, 2000. с. 5.
9. Швець В.О. Математичне моделювання як змістова лінія шкільного курсу математики / В.О. Швець // Дидактика математики: проблеми і дослідження: Міжнар. зб. наук. робіт. – Вип. 32. – Донецьк: Вид-во ДонНУ, 2009. – С. 16 – 24.
10. Эльконин Д.Б. Психологические условия развивающего обучения //Обучение и развитие младших школьников. – М.: Педагогика, 1970. – С. 27-38.

Наталія Стронська
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, Україна

БІОГРАФІЧНА ІНФОРМАЦІЯ В КОНТЕКСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ДОРОБКУ ВЧЕНИХ (НА ПРИКЛАДІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ «УКРАЇНСЬКА БІБЛІОГРАФІЯ В ОСОБАХ»)

Анотація. *Стаття присвячена особливому місцю, яке займають персональні (біографічні) дані в інформаційному суспільстві. Акцентовано увагу на дискурсивності (контекстуальності) таких даних відносно наукового доробку персоналії науки.*

Ключові слова: *персональні дані, біографічні дані, інформаційне суспільство, персоналія науки, «Українська бібліографія в особах».*

Аннотация. *Статья посвящена особому месту, которое занимают персональные (биографические) данные в информационном обществе. Акцентировано внимание на дискурсивности (контекстуальности) таких данных относительно научного наследия персоналии науки.*

Ключевые слова: *персональные данные, биографические данные, информационное общество, персоналия науки, «Украинская библиография в особах».*

Annotation. *The article is devoted to a special place that is occupied by personal (biographical) data in the information society. Attention is focused on the discursiveness (contextuality) of such data regarding the scientific heritage of the persona of science.*

Keywords: *personal data, biographical data, information society, personalities of science, «Ukrainian bibliography in individual».*

Постановка проблеми. Актуальне суспільство характеризується підвищенною увагою до побутування даних у своїй структурі: так, помітною є тенденція до відкритості наукових здобутків дослідників із метою поширення їхніх ідей й популяризації напрямків роботи. Найпомітніше ця тенденція виявляється у сфері науки, зокрема:

дисертаційних та монографічних роботах, повні тексти яких, зазвичай, виставляються на сайті установи, в якій працює дослідник.

При цьому особлива роль, на нашу думку, належить біографічним даним про особистість того чи іншого дослідника: актуальність останніх зумовлена контекстуальністю їхньої ролі. Тобто біографічні дані виступають ключем до дискурса, в межах якого побутувала персоналія дослідника; своєю чергою, це дозволяє проникнути не тільки, власне, у логіку побудови і функціонування смислу в певному дослідженні, але й осягнути всі інтертекстуальні, інтермедіальні тощо зв'язки. Останнє робить саме дослідження глибшим, аргументованішим через систему гіперпосилань, прихованих лакун, що функціонують безпосередньо у дослідженні автора й можуть бути актуалізовані через контекст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями окресленої проблематики займалися: В. Антонович, Б. Антопольский, А. Барсук, Є. Беспалов, Р. Блізняков, А. Бодак, О. Воскобойникова-Гузевой, М. Вохришева, В. Ганкевич, Л. Глазунова, О. Готра, Д. Вазарі, В. Жукова, А. Земскова, В. Клапіюк, С. Коготкова, І. Колесник, В. Кононенко, О. Коршунова, Л. Костенко, Е. Кулика, К. Лобузиной, С. Ляшко, І. Матяш, Т. Майстрович, В. Менжулін, І. Моргенштерн, О. Оглоблін, В. Попик, Л. Пестрецова, Плутарх, Л. Присяжной, Г. Пьяткова, Є. Рибак, Д. Самбулова, З. Священко, Н. Солонска, Е. Соловйова, А. Соляник, Н. Сляднева, І. Старовойтенко, Ю. Столяров, Д. Теплов, Г. Транквілл, В. Фокеев, В. Хмелько, Ф. Чишко, Г. Шемаев та інші.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). *Метою* статті є розгляд особливостей побутування персональної інформації на фоні місця і ролі доробку українських вчених й передумов його актуалізації. *Предметом* – специфіка її функціонування в контексті біобібліографії.

Виклад основного матеріалу. Сучасний науковий рух характеризується інтелектуальними викликами, які постійно виникають, це: соціальні, антропологічні, культурологічні, лінгвістичні, естетичні, матеріальні тощо. Кожен з них є своєрідний пошуком нового орієнтиру в оптимізації пізнавального процесу,

певним епістемологічно-інструментальним ідеалом, на який, з відомим ступенем періодичності, направляється фокус дослідницького інтересу вчених [3].

При цьому помітною є диференціація суспільних явищ, таких як процеси глобалізації та європейської інтеграції, актуальних для української держави; своєю чергою, вони продукують витворення нових вимог не тільки до історичної науки, але всієї наукової сфери в цілому. Так, науковці наразі розглядають діяльність особистості у всьому спектрі її динаміки, залучаючи до цього процесу не лише, власне, роботу останньої, а й дискурс, в якому вона при цьому перебувала [2; 147].

Відтак, актуальна історіографічна ситуація детермінує, першою чергою, звернення до дослідження не тільки історії біографічних традицій, але й: до «виокремлення» дійсно нових підходів до старих проблем, незалежно від того, з якої регіональної сфери вони б не з'явились; до витворення інноваційних моделей біографічного аналізу, в яких могли б гармонійно поєднатись досягнення інформаційних технологій із класичною методологією, перевіреною часом.

Отже, можна говорити про те, що сучасне інформаційне суспільство вимагає переосмисленого бачення минулого, для якого є характерним, першою чергою, не споглядання й дослідження «зовнішньої історії» об'єктів, але «внутрішньої історії», нерозривно пов'язаної з нагромадженням здобутків людського генія – інтелекту [1; 32].

Інформаційна модель «Українська бібліографія в особах» постає саме такою перехідною ланкою, яка позиціонована в якості відкритої системи: останнє пов'язане з тим, що її «вихідний код» реалізується через цілу низку актуальних інформаційних очікувань суспільства. Серед них такий важливий аспект як поєднання наукового знання в контексті з дискурсом епохи, реалізованої через біографічні (персональні) дані, пов'язані безпосередньо з діяльністю персоналії.

Таким чином, окреслена інформаційна модель актуалізує визначальну роль особистісного фактору в процесах суспільно-культурного розвитку країни, що особливо помітно в ході української історії. Так, дослідження персоналій можна позиціонувати як могутній

засіб національного самоствердження: оскільки відновлення історичної пам'яті народу сприяє утвердженню національної ідеї, гуманістичних традицій в суспільстві. В цьому сенсі погляд на минуле саме через людський вимір є особливо актуальним [2; 149].

Тобто в цьому випадку йдеться не просто про формальне представлення інформаційних (персональних, біографічних) даних, а про інноваційне переосмислення самого підходу до структурування останніх, рекомбінацію методології їхнього пошуку в дусі постпостмодерну. Так, незважаючи на зовнішню подібність із електронною бібліотекою, репозиторієм тощо інформаційна модель «Українська бібліографія в особах» містить потенціал для переосмислення підходів до реалізації актуального запиту суспільства, проте не виключно в сфері історичній чи бібліотечній, а в науковій в цілому.

Розглянемо сутність моделі детальніше: наявні традиційні елемени (біографічні відомості, фотографія персоналії тощо) доповнюються інтермедіальними, інтертекстуальними посиланнями (вибудовані на глибокому аналізі дискурсу: минулого й актуального); відомостями про основних дослідників із посиланнями на їхні профілі в системі, а також оглядом зарубіжних досліджень на окреслену тематику.

Зрозуміло, що така строга деталізація й розшарування інформації суголосна, на перший погляд, інноваційній бібліотечній діяльності, проте ми розглядаємо ідею інформаційної моделі дещо глибше: цей проект є міжпредметним, і тому співвідносним первинному розумінню наукової діяльності, яка завжди розглядалася універсально (комплексно), натомість як деталізована спеціалізація лише зашкодить виконанню його завдань.

Висновки. Таким чином, актуальним запитом інформаційного суспільства є особливого роду підхід до персональних, біографічних даних, які мають стати частиною актуальних наукових досліджень тієї чи іншої персоналії. При цьому особливості репрезентації останньої, формальні та інноваційні компоненти виступають в цьому випадку елементом єдиної інформаційної гармонії, яка органічно репрезентує дані для суспільства.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в поглибленні й розвитку шаблону персоналії інформаційної моделі «Українська бібліографія в особах», а також практичну її реалізацію на базі національної бібліотеки, яка має достатньо ресурсів для впровадження проекту в життя.

Література

1. Зашкільняк Л. О. Інтелектуальна історія : спроба конвенції (деякі методологічні міркування) / Л. О. Зашкільняк // Ейдос. Альманах теорії та історії історичної науки / гол. ред. В. Смолій; відп. ред. І. Колесник. – Вип. 1. – Київ: Інститут історії України НАН України, 2005. – С. 32.
2. Готра О. Біографістика в контексті дослідження історії / О. Готра // Науковий вісник Чернівецького університету: Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини. – 2014. – Вип. 684/685. – С. 148–151. – Бібліогр.: 24 назв.
3. Попова Т. Историография в человеческом измерении : [электронный ресурс] / Т. Попова // Інститут історії України. – Электрон. данные. – Режим доступа: http://history.org.ua/JournALL/graf/graf_2012_22/16.pdf. – Название с экрана.

Тетяна Бірюкова, Наталія Косарчук
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

КВЕСТ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У СУЧАСНІЙ БІБЛІОТЕЦІ

У статті висвітлюється один з нових методів масового обслуговування в бібліотеці, побудований на основі вмілого використання соціально-психологічних принципів педагогічного спілкування. Наводяться результати аналізу методик проведення квестів, які надають змогу виокремити головні фактори, що впливають на успіх його підготовки та проведення. Підкреслюється спрямованість цього комунікативного методу на отримання учасниками знань про різноманітні можливості отримання та використання знайденої інформації.

Ключові слова: *квест, бібліотека, методика, масове обслуговування.*

В статье раскрываются особенности одного из новых методов массового обслуживания в библиотеке, построенного на основе умелого использования социально-психологических принципов педагогического общения. Приводятся результаты анализа методик проведения квестов, которые дают возможность выделить главные факторы, влияющие на успех его подготовки и проведения. Подчеркивается направленность этого коммуникативного метода на получение участниками знаний о разнообразных возможностях получения и использования найденной информации.

Ключевые слова: *квест, библиотека, методика, массовое обслуживание.*

The article covers one of the new methods of mass service in the library, built on the basis of the skillful use of socio-psychological principles of pedagogical communication. The results of the analysis of the methods of conducting quests are given, which make it possible to distinguish the main factors influencing the success of its preparation and conduct. The focus of this communicative method is to get participants knowledge about the various possibilities of obtaining and using the information found.

Key words: *quest, library, methodology, mass maintenance.*

Квест як інноваційний вид масового обслуговування та метод створення позитивного комунікаційного простору в бібліотеці почав свій розвиток нещодавно, прийшовши з міських, салонних ігор та Інтернету. Перекладається з англ. Quest − «пошук, предмет пошуків, пошук пригод, виконання лицарського обітниці».

Різновиди квестів.

Сучасні пригодницькі ігри. Відмінною рисою даного напрямку є атмосферність, що змушує гравця зануритися з головою у всесвіт гри, будь то таємничий будинок, повний жахів, покинута наукова лабораторія або місто-привид.

Пазли. Сенс цього виду квестів − збір предметів і їх використання. Також можуть знадобитися дослідження, читання залишених випадкових повідомлень та збирання різних, нерідко абсурдних як по вигляду, так і по функціональності, механізмів.

Покинути кімнату. Основна мета гри цього виду − знайти вихід із замкненого приміщення.

Пригодницький бойовик. Поєднує у собі виконання завдань, заснованих на реакції і рефлексах гравця, з рішенням головоломок, традиційних для ігор в жанрі квесту [4].

Переваги квесту у бібліотеці:

1) дозволяє краще познайомитися з бібліотекою та її фондами (можливо, з послугами), так як сценарій носить тематичний характер і прив'язаний до будівлі і / або території бібліотеки;

2) інтелектуальні етапи дозволяють згадати твір, письменника, розвинути ерудицію і проявити винахідливість;

3) квест у команді допомагає краще пізнати один одного в умовах необхідності прийняття швидких і адекватних рішень;

4) спортивні та активні етапи дозволяють спільно пережити емоційні сплески, що психологічно зближує учасників події;

5) ігрові завдання викликають масу позитивних емоцій і радісних спогадів, сприяють розвитку комунікації учасників.

Аналіз методик проведення квестів у бібліотеках [1-4] надає змогу виокремити головні фактори, що впливають на успіх його підготовки та проведення.

Безумовно, основний упор проведення заходу в бібліотеці повинен бути на книгу, читання та першоджерело. Але також необхідно звернути увагу учасників на різноманітні можливості отримання та використання знайденої інформації. Для цього:

– придумується ідея/тема;
– визначається концепція та стратегія гри;
– намічається приблизний сценарій, легенда;
– при розробці сценарію обирається тип проходження гри:
  ○ театралізація,
  ○ екскурсія,
  ○ чітко за маршрутом/свобода вибору маршруту,
  ○ комбінований, який об'єднує кілька варіантів;
– визначається сюжет гри, який може бути наскрізним або об'єднаним за героєм, автором, подіями, хронологією часу, а також місцем;
– готуються завдання:
  ○ інтелектуальні (питання на знання тексту у вигляді ребуса, кросворда, головоломки, розгадки закодованого літерного або числового тексту),
  ○ орієнтовні (пройти по чому-небудь, знайти вихід по карті, знайти підказку),
  ○ технічні (зібрати що-небудь, напр., в техніці орігамі або пазли, конструктор),
  ○ спортивні (потрапити в ціль, добігти),
  ○ творчі (намалювати, напр., персонаж),
  ○ комбіновані (з різних попередніх);
– готується музичне, звукове оформлення, костюми;
– створюються карти/маршрути, завдання, інший реквізит;
– розробляються виставки (інтерактивні, інсталяції, електронні):
  ○ виставка-портрет героя або автора,
  ○ виставка-занурення в епоху, час дії сюжету,
  ○ виставка-вікторина,
  ○ виставка-гра,
  ○ виставка-підказка,
  ○ виставка-цитата,
  ○ виставка-карта;
– проводиться рекламна акція (ЗМІ, Інтернет, друковані афіші, флаєри, індивідуальні запрошення);
– запрошуються соціальні партнери та спонсори, у тому числі, потенційні;

− бажано самім організаторам провести репетицію квесту для перевірки маршрутів, можливої складності проходження завдань, на час їх виконання;

− після проведення квесту необхідно підвести підсумки для виправлення помилок у майбутньому.

У *висновку* треба відмітити, що інноваційні форми масової роботи сучасних бібліотек надзвичайно різноманітні. За своїм характером вони в основному є підсумковими, завершують певний етап роботи з літературними творами, і їм, як правило, передує цілеспрямована індивідуальна робота зі споживачем інформації. На нашу думку, масова робота повинна будуватися на основі вмілого використання соціально-психологічних принципів педагогічного спілкування. Бібліотекар і споживач активно включаються у спілкування, коли існують обставини, що зумовлюють взаємну потребу й інтерес до спільної діяльності. Цей принцип важливо враховувати у масовій роботі. Інший не менш важливий принцип − це принцип інформаційного взаємозбагачення. Бібліотекар покликаний зробити все можливе, щоб стати для споживачів джерелом цікавої і життєво важливої інформації. Ефективність масової роботи залежить від комплексного застосування форм на всіх стадіях роботи із споживачем − передкомунікативної, комунікативної і посткомунікативної. Виробляючи нові підходи до масової роботи, особливу увагу необхідно звернути на активізацію користувача бібліотечного закладу. У кожній бібліотеці є відвідувачі, що володіють творчою уявою, організаторськими здібностями, розвиненими комунікабельними якостями. Важливо зробити таких споживачів співучасниками і співорганізаторами масової роботи, що дозволить підвищити її ефективність.

Література

1. Гіль, С. Героям слава! Краєзнавчий інтелектуальний квест [Текст] / С. Гіль // Історія України. – 2016. – № 6 (березень). – С. 28-29.

2. Ковальчук, Ю. Організація квестів у бібліотеці [Текст] / Ю. Ковальчук //Бібліотечний форум України. - 2012. - № 3. - С. 23-24.

3. Матвєєва, О.О. Методика проведення квесту у бібліотеці [Електронний ресурс] / О.О. Матвєєва. – Режим доступу: http://bibliostyhiya.blogspot.com /2016/11/blog-post.html

4. Quest Event Network [Electronic resource]. – Access mode: http: // www.kbect.com/event_slovar/quest

Світлана Брайченко, Олексій Чернишов
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ АНАЛІЗУ АКТУАЛЬНОСТІ ІСНУЮЧИХ ПРОФЕСІЙ

В статье рассматривается вопрос устаревания профессий на рынке труда, предлагаются инструменты и методы отслеживания, оценки изменений при помощи информационных технологий. Также предлагается концепция системы для мониторинга актуальности профессий, инструмента, базирующегося на информационных технологиях. Изучаются перспективы интеграции подобных систем в учебные планы университетов и других учебных заведений

Ключевые слова: *информационные технологии, информационные системы, профессия, вакансия, рынок труда, образование.*

У статті розглядається питання старіння професій на ринку праці, пропонуються інструменти і методи відстеження та оцінки змін за допомогою інформаційних технологій. Також пропонується концепція системи для моніторингу актуальності професій, інструменту, що базується на інформаційних технологіях. Вивчаються перспективи інтеграції подібних систем в навчальні плани університетів та інших навчальних закладів.

Ключові слова: *інформаційні технології, інформаційні системи, професія, вакансія, ринок праці, освіта.*

The article deals with the issue of obsolete professions in the labor market, offers tools and methods for tracking and assessing changes using information technology. Also, the concept of a system for monitoring the relevance of professions, a tool based on information technology, is proposed. Prospects for the integration of such systems in the curricula of universities and other educational institutions.

Key words: *information technology, information systems, profession, vacancy, labor market, education.*

Обґрунтування актуальності проблеми. Інформаційні технології і системи тісно пов'язані з різними сферами діяльності. Автоматизація, яку вони приносять, значно прискорює різноманітні операції та процеси.

На сьогодні найшвидший доступ до актуальної інформації можна отримати за допомогою мережі Internet. Саме завдяки їй світ активно рухається в напрямку активної автоматизації багатьох операцій та процесів. Купити квиток, заплатити за послуги і товари, виконати бронь, записатися в електронну чергу або знайти вакансію можна, звертаючись до інформаційної системи, що використовує мережу Internet.

Саме тому сьогодні проблема обрання спеціальності, придбання тієї чи іншої професії повинна також вирішуватися на рівні мережевих систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням безробіття та з'ясуванням шляхів щодо його вирішення займається багато науковців. Всесвітні інновації, які виникають буквально щомісяця, змушують суспільство активно реагувати на них, враховуючи їх специфіку. Дослідженням таких аспектів досить плідно займається низка авторів, завданням яких є вирішити проблему працевлаштування. За даними статистики, на сьогодні в Україні існує ряд суттєвих проблем функціонування ринку праці[3], однією з найважливіших яких є безробіття.

Метою статті є визначення інструменту, здатного аналізувати ринок праці та встановлювати актуальність існуючих професій, для подальшого використання цієї інформації навчальними закладами, майбутніми працівниками та іншими службами, які займаються питаннями працевлаштування чи безробіття.

Основний матеріал. Для вирішення проблеми безробіття потрібен інструмент для аналізу ринку праці. Інструмент, який здатний реагувати на зміни в сфері праці, складати статистику і робити прогнози. Він допоможе виявляти ті професії, які втрачають свою актуальність, допомагати працівникам підлаштовуватись під вимоги ринку праці. Це допоможе в подальшому здійснювати реорганізацію структури професій, негайного здійснення підвищення кваліфікації або

вимушеного стажування у зв'язку з тією чи іншою ситуацією, що склалася, а також здійснювати більш глобальний і фундаментальний підхід до майбутніх змін в освітній сфері - зміні навичок, умінь, компетенцій тощо.

Інформаційні технології, які дозволять здійснювати завдання підтримки прийняття рішень при виборі актуальних професій, найбільш оптимальні і при цьому найбільш результативні є ті, що використовують Інтернет-ресурси. Здійснивши перегляд параметрів на статистичних сайтах фонду безробіття, центрів зайнятості, сайтах пропозиції роботи для пошуку необхідних роботодавцю вакансій, можна визначити як популярні, так і непопулярні професії (так би мовити, застарілі). Такий підхід дає змогу аналізувати не тільки кількість вакансій з конкретної професії та рівень заробітної плати, а й з'ясовувати вимоги, які висуваються роботодавцем [4].

Пропонованим рішенням для системи, яка буде забезпечувати виконання поставлених завдань, може бути інструмент синтаксичного аналізу сайтів, парсер (parser).

Синтаксичний аналіз в інформатиці - це процес аналізу вхідної послідовності символів з метою розбору граматичної структури згідно із заданою формальною граматикою. Під час синтаксичного аналізу текст записується у структуру даних, яку значно легше аналізувати і яка добре підходить для подальшої обробки [1].

Інструмент повинен мати заздалегідь підготовлений список існуючих професій для того, щоб підраховувати статистику представлених на сайті вакансій. Професії у списку та зазначені на сайті назви вакансій можуть відрізнятися не тільки порядком слів, але й за мовою. Тому аналізатор повинен вміти перекладати слова у назві, а також вміти робити категоризацію тексту за допомогою технології неконтрольованого машинного навчання[2]. Категоріями виступає список професій.

Далі по кожній з вакансій потрібно збирати таку інформацію, як вимоги щодо вільного місця та розмір заробітної плати. Тобто написана програма здійснює пошук розміщених вакансій на зазначених в системі сайтах, аналізує їх, здійснює перебір вимог до них і порівнює їх з вакансіями (спеціальностями). Далі отримана

інформація повинна бути збережена для подальшого її вилучення за бажанням користувача.

За допомогою даного інструменту можливо щоденно проводити аналіз сайтів з вакансіями для отримання найбільш актуальної інформації.

Висновки дослідження і перспективи подальшого розвитку. Інструмент, здатний проводити контроль над змінами на ринку праці, в перспективі може значно зменшити рівень безробіття та поліпшити економічне становище держави. Він стане у нагоді як роботодавцям, так і працівникам та навчальним закладам. У перспективі він може допомогти їм розробляти навчальний план залежно від стану ринку праці. Підбиваючи підсумки вищезазначеного, можна стверджувати, що будь-який інструмент або технологія, які дозволять з найменшими втратами або збитками вийти з проблемної ситуації не тільки індивідууму, а й суспільству і органам управління в цілому, буде актуальним, важливим і перспективним у вирішенні подальшого розвитку даної сфери.

Література:

1. Вікіпедія. Синтаксичний аналіз. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Синтаксичний_аналіз.

2. Голубев С. В. Распознавание структурированных документов на основе машинного обучения // Бизнес-информатика. – 2011. – №2 (16).

3. Коваль С.П. Статистический обзор проблем рынка труда в Украине // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. – 2016. – №31-1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/statisticheskiy-obzor-problem-rynka-truda-v-ukraine (дата обращения: 18.11.2017).

4. Філатова Т.В., Чернишов О.О. Використання інформаційних інтернет-технологій для підтримки прийняття рішень визначення актуальних професій// Матеріали науково-практичної інтернет-конференції «Економічна кібернетика: теорія, практика, та напрямки розвитку», Одеса, 28-29 листопада 2017 р.

Тетяна Бірюкова, Інна Кіпер
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

КНИЖКОВА ВИСТАВКА В СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ БІБЛІОТЕЧНОМУ ПРОСТОРІ: ОГЛЯД НАУКОВИХ РОБІТ

В статті аналізуються роботи вітчизняних та зарубіжних науковців, в яких досліджується виставкова діяльність сучасної бібліотеки в оновленому соціально-комунікативному середовищі. Наводяться перспективи подальших досліджень за обраною тематикою.

Ключові слова: *книжкова виставка, інноваційні технології, комунікативний бібліотечний прості.*

В статье анализируются работы отечественных и зарубежных ученых, в которых исследуется выставочная деятельность современной библиотеки в обновленном социально-коммуникативном среде. Намечаются перспективы дальнейших исследований по выбранной тематике.

Ключевые слова: *книжная выставка, инновационные технологии, коммуникативный библиотечный просты.*

The article analyzes the work of domestic and foreign scientists, which examines the exhibition activity of the modern library in the updated social and communicative environment. The prospects for further research on the chosen topic are presented.

Key words: *book exhibition, innovative technologies, communicative library simple.*

Сучасна бібліотека, поступово змінюючи свій статус від книгосховища до соціального документно-комунікаційного інституту, все більше набуває рис осередку всесвітнього, державного та місцевого соціально-комунікативного середовища. Вона є генератором комунікативної культури суспільства і відіграє головну роль у забезпеченні та розвитку комунікаційних процесів, обумовлених зростаючим попитом на інформацію та знання, з використанням як

самих документів, інформації і знань, так і процесів їх надання, опосередкованих використанням інноваційних технологій.

Метою статті є огляд особливостей комунікативного простору сучасної бібліотеки за матеріалами наукових робіт.

Питання особливостей комунікативного простору сучасної бібліотеки висвітлювались у наукових роботах вітчизняних та зарубіжних авторів: І.О. Давидової, В. Горового, Л.В. Присяжної, О.В. Терещенко, Л.П. Давидової , М. Васильєва, Н. Збаровської, A. Warnke, інших.

І.О. Давидова аналізує бібліотеку як комунікаційну систему. У своїй роботі дослідниця стверджує, що: «для більшості фахівців є очевидним, що сучасна бібліотека виступає як певна комунікаційна структура, діяльність якої має документно-комунікаційну сутність, пов'язану з документальними фондами, ресурсами, системою інформаційного сервісу. Бібліотека виступає базовою соціально-комунікативною структурою, яка концентрує комунікаційну культуру суспільства і забезпечує комунікаційні процеси з використанням документів, інформації і знань» [3].

В. Горовий визначає, що бібліотечні заклади відповідатимуть вимогам сьогодення, успішно виконуватимуть роль основних елементів інфраструктури з управління інфоресурсами суспільства за умов, «коли бібліотечні заклади як загальносуспільні інформаційні центри стануть також центрами передового досвіду, наукової думки, просвіти й освіти для категорій громадян, що долучаються до сучасних інформаційних технологій, та вводять їх у свій спосіб життя» [2, С. 254].

Л. В. Присяжна у статті «Bibliocoworking у структурі сучасних інформаційних комунікацій» зауважує: «щоб утримати свої позиції у сучасному інформаційно-комунікаційному просторі суспільства, бібліотечні установи, без сумніву, доконче потребують креативних, сучасних інформаційних, комунікаційних технологій. Зокрема, сучасні бібліотеки можуть бути якнайкращою заміною офісу, домашньому кабінету або коворкінгу» [6].

О. В. Терещенко висловлює думку про те, що «більшість відвідувачів приходять до бібліотеки не тільки для читання книг, а й

для отримання доступу до інформації через мобільні пристрої − смартфони, планшети і ноутбуки» [7].

Л.П. Давидова розглядає книжкову виставку як основну форму популяризації книги та змістовного розкриття книжкового фонду [4]. Таке твердження, само по собі, не є новим, а лише відображає класичний погляд на діяльність бібліотеки.

М. Васильев навпаки виокремлює одну з більш прогресивних складових нової парадигми розвитку бібліотечної діяльності – маркентигову. Науковець досліджує виставкову роботу як частину маркетингу [1].

Н. Збаровська у роботі «Виставкова діяльність публічних бібліотек», окрім надання класифікації, визначення основних рис та опису технологій організації традиційних виставок, розкриває особливості процесів підготовки та впровадження у бібліотечну діяльність віртуальних книжкових виставок [5, С. 123].

A. Warnke, досліджуючи бібліотеки Польщі, відмічає: «З часом вони стали скарбницями, де тримали безцінні фоліанти, а нині претендують на роль відкритих сучасних центрів культури» [8].

Усі ці та інші автори розглядають комунікативний простір бібліотеки, розмежуючи його на зони за віковими, технологічними, функціональними та іншими характеристиками. На нашу думку, більш доцільно розробляти проект єдиного комунікативного простору, в якому весь накопичений інтелектуальний капітал, розвиток новітніх технологічних можливостей, технічного парку спрямовано на перспективу отримання необхідної інформації усіма категоріями відвідувачів бібліотеки та користувачів бібліотечних ресурсів у зручному для них форматі та часі. Ці та інші актуальні напрями розвитку комунікативного бібліотечного простору є темами подальших наших досліджень.

Література

1. Васильев, М. Выставочная робота – важная составляющая маркетинговой деятельности библиотеки [Текст] / М.Васильев // Бібл. форум України. – 2011. – № 3. – С. 12-15.

2. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс [Текст] / В. Горовий // НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського ; наук. ред. Л. А. Дубровіна. – Київ, 2010. – 360 с.
3. Давидова, І.О. Бібліотека як комунікаційна система [Електронний ресурс] / І.О. Давидова] // Матеріали міжнародної наукової конференції «Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору», Київ, НБУ імені В.І. Вернадського, 21-23 жовтня 2014 р. − Режим доступу: http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/312.
4. Давидова, Л.П. Книжкова виставка – основна форма популяризації книги та змістовного розкриття книжкового фонду [Текст] / Л.П. Давидова // Шкільна бібліотека. – 2010. – № 4. – С.47.
5. Збаровская, Н. Выставочная деятельность публичных библиотек [Текст] / Н. Збаровская. – СПБ : Профессия, 2004. – 224 с.
6. Присяжна Л. В. Bibliocoworking у структурі сучасних інформаційних комунікацій [Електронний ресурс] / Л. В. Присяжна // Матеріали міжнародної наукової конференції «Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору» . − Київ, НБУ імені В.І. Вернадського, 4-6 жовтня 2016 р. − Режим доступу: http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/849.
7. Терещенко О.В. Організація простору сучасної бібліотеки [Електронний ресурс] / О. В. Терещенко. − Режим доступу: http: // belinskogo / kh.ua / Organization%20of%20library%20space.html.
8. Warnke A. 10 незвичних польських бібліотек [Електронний ресурс] / A. Warnke. − Режим доступу: http://culture.pl/ru/article/10-nezvichnih-polskih-bibliotek.

Людмила Малинівська
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Житомир, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОХОРОНА ПРАЦІ В ГАЛУЗІ ТА ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ» У ВНЗ

Анотація. *У статті проаналізовано науково-методичну літературу стосовно проблеми викладання дисципліни "ОПГ та ЦЗ" у ВНЗ; обґрунтовано використання ІКТ у процесі вивчення даної дисципліни.*

Ключові слова: *охорона праці в галузі (ОПГ), цивільний захист (ЦЗ), навчальний процес, нформаційні технології.*

Аннотация. *В статье проанализирована научно-методическая литература относительно проблемы преподавания дисциплины "ОТвО и ЦЗ" в ВНЗ; обосновано использование ІКТ в процессе изучения данной дисциплины.*

Ключевые слова: *охрана труда в отрасли (ОТвО), гражданскую защиту (ЦЗ), учебный процесс, нформаційні технологии.*

Annotation. *In the article scientifically-methodical literature is analysed in relation to the problem of teaching of discipline in INSTITUTION of higher learning; the use of ІКТ is reasonable in the process of study of this discipline.*

Keywords: *labour protection in industries, civil defence, educational process, technologies.*

Актуальність дослідження. Побудова інформаційного суспільства знань в Україні вимагає реалізації у вищій освіті інформаційно-комунікаційних технологій. Важливе місце ІКТ належить розвитку в студентів здібностей до логічно-алгоритмічного мислення, яке актуалізує питання формування належного рівня знань; засвоєння фундаментальних дисциплін, особливо тих, які пов'язані із забезпеченням їхньої безпеки на виробництві та в побуті.

Актуальність теми пов'язана також зі станом у сфері охорони праці в галузі в Україні. Зокрема, проаналізувавши дані Державної служби України з питань праці, у 2017 році зафіксовано 5130 випадків

виробничого травматизму, 380 з яких – зі смертельними наслідками [5]. Загалом рівень виробничого травматизму порівняно з 2016 роком зріс на 4%. Крім того, за даними [7], за існуючих темпів безповоротного погіршення професійного здоров'я в Україні вже у 2016−2020 роках потреба в трудових ресурсах у провідних галузях промисловості може бути задоволена лише на 45%. Тому використання ІКТ в навчанні студентів становлять потужний засіб підвищення продуктивності навчання при вивченні дисципліни «Охорона праці в галузі та цивільний захист», що дозволить підвищити ефективність їхнього вивчення та стане фундаментом зменшення рівня травматизму й захворюваності в Україні.

Аналіз останніх досліджень. Під час вивчення та аналізу наукової, методичної літератури можемо зробити висновок, що дисциплін циклу охорони праці, займалось широке коло вітчизняних і зарубіжних дослідників (Т. Беккер, А. Берг, Р. Вільямс, Ю. Глінчук, Б. Глинський, М. Жалдак, Ю. Жук, Т. Ільясова, В. Каймін, О. Кобилянський, К. Маклін, І. Морев, Н. Морзе, М. Раков, Ю. Рамський, І. Роберт, О. Скафа, Дж. Хартлі та ін.). Але залишається окреслення єдиного підходу до розробки та впровадження програмних засобів у процесі підготовки студентів з циклу дисциплін "Охорони праці в галузі та цивільний захист"(ОПГ та ЦЗ). Зокрема, О.В.Кобилянський в своїй могографії "Теоретико-методологічні основи навчання безпеки життєдіяльності студентів економічних спеціальностей у вищих навчальних закладах" зазначає, що використання програмних засобів у сфері вивчення дисципліни ОПГ та ЦЗ відкриває широкі перспективи поглиблення теоретичної бази знань, посилення прикладної спрямованості навчання, що дозволяє сформувати міцну основу забезпечення безпечної життєдіяльності особистості в суспільстві [3]. Глінчук Ю.О. в науковій роботі "Аспекти охорони праці при використанні інформаційних технологій у освітньому середовищі" [2]. наголошує, що актуальною нині проблемою є розробка та впровадження в систему вищої освіти ІКТ, у тому числі програмних засобів, які сприятимуть підвищенню якості підготовки під час вивчення дисциплін циклу ОПГ та ЦЗ.

Отже, проаналізувавши психолого-педагогічну, математичну та методичну літературу, можемо зробити висновок, що невирішеною проблемою нині залишається необхідність широкого застосування в педагогічному процесі під час вивчення дисциплін циклу охорони праці, зокрема основ охорони праці та цивільниого захисту (за галузевою спрямованістю), програмних засобів (продуктів), які покращують якість навчання та рівень безпеки випускників ВНЗ.

Метою статті є дослідження використання в педагогічному процесі сучасних програмних засобів і продуктів, які сприяють формуванню компетентності з безпеки життєдіяльності.

Виклад основного матеріалу. Основною законодавчою та нормативно-правовою базою розвитку інформаційних технологій у вищій освіті є: Закони України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007−2015 роки», «Про Національну програму інформатизації»; Указ Президента України «Про національну доктрину розвитку освіти України в XXI столітті»; Державні програми «Вчитель» та «Інформаційні і комунікаційні технології в освіті і науці» тощо. У 2016 році Постановою Верховної Ради України схвалені рекомендації парламентських слухань на тему «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України» [6], де передбачена підготовка Міністерством освіти і науки України змін до Національної стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 року, у тому числі в напрямку забезпечення локалізації та впровадження міжнародних (ISO) і європейських стандартів групи «Information technology-Learning, education and training» (Інформаційні технології для навчання, освіти і тренінгу); розробки стандартів ІКТ-компетентності; розробки та впровадження програмних засобів підвищення обізнаності громадян з питань інформаційної безпеки, кібербезпеки тощо.

Використання засобів-тренажерів під час вивчення навчальної дисципліни ОПГ та Цз покращить знання, вміння та навички умінь, розширить кругозір самопідготовки студентів.

Програмні засоби дають змогу реалізувати головну мету вищої освіти – забезпечити підготовку фахівців, готових до виробництва

конкурентоспроможної продукції, що неможливо без використання сучасних підходів у сфері управління охороною праці на базі використання міжнародних стандартів та сучасних програмних засобів. Без використання міжнародних стандартів у навчальному процесі, особливо це стосується забезпечення управління якістю продукції, а, відповідно, і безпеки майбутніх випускників та програмних засобів, неможливо досягнути високого рівня безпеки, зменшення обсягів виробничого травматизму та професійних захворювань.

Основні принципи використання програмних засобів під час вивчення студентами циклу безпекових дисциплін, таких як: «Основи охорони праці» і «Цивільний захист та охорона праці в галузі (за галузевим спрямуванням)» на нашу думку мають бути:

1. єдність навчання, виховання й розвитку;
2. науковості та систематичності;
3. свідомості та творчої активності студентів;
4. наочності, міцності засвоєння знань;
5. формування умінь і навичок,
6. диференційованість підходу до навчання кожного студента за умов колективної роботи.

Сьогодні на ринку інформаційних технологій у сфері безпеки можна виділити низку програмних засобів, які активно можуть використовуватись викладачами ВНЗ під час викладання дисциплін циклу охорона праці та застосовуватись у майбутній професійній діяльності випускниками для забезпечення високого рівня промислової безпеки на підприємствах (установах, організаціях):

- автоматизоване робоче місце спеціаліста з охорони праці «АРМ Охорона праці», яке призначене для удосконалення організації служб охорони праці (ОП);
- автоматизовані інформаційні системи «АІС ЕТНА» − призначені для автоматизації процесів у сфері ОП;
- програмні продукти для спеціальної оцінки умов праці (С. «Праця-Експерт 4.0»; АС «Праця-Експерт» V 4.0 for Windows; АС «Праця-Експерт V 4.0 for Windows – універсальна»);

• програма «Профогляд» (AndSoft)» – призначена для автоматизації роботи лікаря профпатолога;

• програма «Охорона праці. Редактор звітних форм» − призначена для автоматизації списку форм документів, які необхідні для обліку й розслідувань нещасних випадків;

• комп'ютерна програма з обліку засобів індивідуального захисту (ЗІЗ) «Управління системою забезпечення робітників підприємства засобами індивідуального захисту» − призначена для ведення обліку спеціального одягу, спеціального взуття та інших ЗІЗ;

• програма «Citadella» – призначена для рішення питань промислової безпеки, моделювання зон і визначення параметрів небезпечних факторів пожежі (вибуху) та інші.

Перераховані програмні засоби (продукти) є одним із ефективних засобів підвищення якості підготовки студентів.

Висновки.

Таким чином, реалізація ІКТ у навчальному процесі, зокрема під час вивчення дисциплін «Охорони праці в галузі та цивільний захист (за галузевим спрямуванням)», дозволить значно покращити якість процесу навчання при проведенні практичних і лабораторних робіт, заліків та іспитів. Це суттєво підвищить мотивацію в студентів до самого процесу навчання.

Список використаної літератури

1. Бурдак О. О. Використання комп'ютерно-орієнтованих засобів навчання в освітньому процесі вищої школи / О. О. Бурдак // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти. – 2012. – Вип. 30/31. – С. 307–315.
2. Глінчук Ю. О. Аспекти охорони праці при використанні інформаційних технологій у освітньому середовищі / Ю. О. Глінчук // Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти. – 2014. – Вип. 8. – С. 34−37 с.
3. Кобилянський О. В. Теоретико-методологічні основи навчання безпеки життєдіяльності студентів економічних спеціальностей у вищих навчальних закладах : монографія / Кобилянський О. В. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 590 с.

4. Майборода Л. А. Методика застосування інформаційно-комунікаційних технологій у діяльності педагога професійного навчання (на прикладі професій галузі зв'язку) : методичні рекомендації / Майборода Л. А. – К. : ФО-П Поліщук О. В., 2012. – 104 с
5. Офіційний сайт Державної служби України з питань праці. Оперативна інформація [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://dsp.gov.ua/.
6. Postanova Verkhovnoi Rady Ukrainy «Pro rekomendatsii parlamentskykh slukhan na temu: «Reformy haluzi informatsiinokomunikatsiinykh tekhnolohii ta rozvytok informatsiinoho prostoru Ukrainy» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://zakon3.rada.gov.ua/ laws/show/1073-19/.
7. Сучасний стан охорони праці в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://profspilka.kiev.ua/publikacii/novyny/4186-suchasniy-stan-ohoroni-prac-v-ukrayin.html.

Тетяна Лугова, Анна Полякова
Одеський національний полтехнічний університет
Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДОВИЙ СКЛАД ДОКУМЕНТІВ У ГЕЙМДИЗАЙНІ

Анотація. *У статті розглядаються особливості та видовий склад геймдизайн документів як підсистеми проектної документації, поставлено питання про доцільність уніфікації та стандартизації ігрової документації з огляду її креативності. Окреслені типологічні риси геймдизайн документів.*

Ключові слова: *геймдизайн документи, гейміфікація, система проектної документації, концепт-документ, офіційний документ.*

Abstract. *The article deals with the features and the specific composition of the gamedesign of documents as a subsystem of design documentation, poses the question of the expediency of unification and standardization of game documentation in terms of its creativity. The typological features of gamedesign of documents are outlined.*

Keywords: *gamedesign documents, gamification, system of project documentation, concept document, official document.*

Повсюдне впровадження новітніх технологій та розбудова інформаційного образу життя викликає зближення таких несумісних на-перший погляд галузей як освіта та комп’ютерні розваги, бізнес та відеоігри тощо. Це реалізується у розвитку процесів *гейміфікації* (*ігрофікації*) – застосування ігрових механік, методів, принципів та прийомів до неігровних видів діяльності [7; 2; 3]. Отже розробка навчальних комп’ютерних ігор є одним з трендових напрямків інформаційної діяльності сьогоднення.

Треба констатувати, що питання документного забезпечення геймдизайну розкриваються у суто прикладному ракурсі. Значну увагу щодо розробки комп’ютерних ігор приділяє американський геймдизайнер та письменниця Трейсі Фуллертон [6], яка водночас є директором EA Game Innovation Lab. У своїй роботі описує основні концепції та найкращі практичні розробки в ігровому дизайні, а також

подає коментарі інших відомих дизайнерів. Провідний геймдизайнер Марек Хефнер [18] формулює поради про те, яку роль відіграє дизайн-документ у створенні гри та з чого краще починати його розробку. Гейм-дизайнери Антон Подакін [16], Андрій Грищенко [11], Артем Волков [10] у своїх блогах діляться власним досвідом у цій сфері. Вони виділяють головні помилки, яких приспускають молоді команди-початківці, дають поради щодо правил створення дизайн-документів, їх змісту, а також про ведення загальної ігрової дизайнерської документації тощо.

Зважаючи на стрімкий розвиток гейміндустрії, її вплив на всі сфери життєдіяльності сучасного суспільство, особливо це стосується розробки *навчальних* та *серйозних ігор (serious games),* гостро актуальним є наукове обгрунтування документаційних аспектів забезпечення геймдевелопмента. Зокрема, нагальним є вирішення питання про особливості дизайн документа та уніфікацію документів, які належать до ігрової дизайнерської документації, їхню структуру, вимоги до оформлення.

Мета статті – узагальнити досвід щодо складу та особливостей ігрової дизайнерської документації, виявити її відмінністі від офіційних документів, дати визначення ігровій документації як системі.

Аналіз фахових ресурсів дав можливість виявити видовий склад ігрової дизайнерської документації, представленої у таблиці 1.

Таблиця 1.

Різноманіття підходів до системи геймдизайн документації

Андрій Грищенко [11]	***Артем Волков [10]***	***Casey O'Donnell [4] Taylor Chris [8]***	***MISTLE_GAMER [14]***	***Хабрахабр [13]***
		One Page Design		
Концепт-документ - точне уявлення кінцевого	Концепт-документ - ідея гри та визначення	High Concept Document	Концепт-документ - загальний опис гри для	Концепт-документ - скорочений виклад ідеї гри.

продукту, яке містить головну ідею гри, створюється у невеликому об'єму для усієї команди	вектору її розвитку.		усієї команди.	
Функціональний опис гри - гра на бумазі, описує усі елемнти гри для усієї команди	Дизайн-документ - документ, який описує механіку гри, технічні завдання тощо.	Design Document	Робочий дизайн-документ - документ, який описує окремі механізми гри тощо.	Vision - документ, що описує гру, як кінцевий бізнес-продукт
Технічна специфікація гри - реалізація усіх положень, з концепції та функціонального опису, створюється для розробників та художників	UX (user experience) - за допомогою цього документу можна оцінити обсяг інтерфесів, архітектуру продукту.	Bible Story Art Story Storyboards Script Flowcharts Doodles	Пітч - коротки та гарно оформлений варіант концепт-документа, який буде демонструватися інвесторам, діловим партнерам.	Feature List - список с коротким описом фічей, того, з чого складається гра.
План розробки гри містить задачі, ресурси, ризики,	Балансні таблиці	To Do’s Schedules and Business / Marketing QA Reports		

календарний план, створюється для облич, які приймають рішення				

Представлені варіанти документацій гейм-дизайнерів дають можливість констатувати вельми вільне трактування документаційного процесу геймдизайна. Це зумовлено тим, що кожна команда сама узгоджує єдиний регламент структури своєї ігрової дизайнерської документації.

Спільними для всіх класифікацій є «концепт-документ» та «дизайн-документ». Головна різниця між цими документами полягає в тому, що концепт-документ є лише початковим опрацюванням всіх аспектів гри на 2-6 сторінок тексту, що описує *ресурси* для розробки гри: концепція гри, команда, тайм-менеджмент, конкуренти. Якщо концепт-документ зосереджується на ресурсності ігрового процесу, то дизайн-документ робить акценти на *комерційних аспектах гри*: цільова аудиторія, унікальні ключі для продажу, ігровий процес, гарфіка, елементи управління.ю дизайн рівнів, історія (сюжет), персонажі, користувальницький інтерфейс, засоби тощо [6, с. 394-396]. Дизайн документ як «гра на папері» [19] містить максимально повний та детальний опис усіх сторін ігрового світу (наприклад, правил гри, сюжету, філософії гри, легенди, скретчі, графіка та дизайн тощо), план роботи, а також робочий прототип гри.

Дизайн-документ є основним документом, у який впадають як річки до моря всі інші документи: після того, як стає ясно, що етап препродакшина буде пройдено, концепт-документ починає збагачуватись деталями і перетворюватися в дизайн-документ. За словами Кейсі О'Доннелла, всі інші документи лише уточнюють та конкретизують різні аспекти розробки гри. Наприклад, детальний опис сюжету та персонажів ігрової історії, включаючі концепт-арти формалізується у «Bible Story», збірка образів та рисунків фіксується в

«Art Bible», блок-схеми – у «Flowcharts» тощо. Все різноманіття геймдизайн документів представлено у рисунку 1.

Рис.1. Видовий склад системи геймдизайн документації

Означені у рисунку документи можуть розумітися геймдизайнерами як елементи основного дизайн-документа, або як самостійні види документів. Виключенням є лише є ті документи, що містять технічні деталі, результати маркетингових досліджень та менеджмент деталі [4]. Тобто самостійними та відокремленими від дизайн-документа, але такими, що входять до системи геймдизайн документації є: технічний дизайн документ (technical design document), маркетингові звіти та управлінські документи. Технічний дизайн документ, зокрема, описує технічні вимоги до гри: обсяг пам'яті, використання баз даних, використання багатопоточності тощо; визначає утиліти, мову програмування.

Так само до системи геймдизайн документів належать як самостійні документи, які забезпечують етап продажу та розповсюдження гри:

Оферта (концепт-пропозиція, документ-пропозиція) - короткий опис гри (5-20 сторінок), без внутрішніх деталей розробки, що пояснює потенційному інвестору, чому гра принесе прибуток. Як і концепт-документ, зазвичай пропозиція містить вступний параграф, огляд геймплея, список фіч і його деталізований варіант. Також документ містить оцінки бюджету і часу, порівняльний аналіз (як гра буде конкурувати з іншими), плани по експансії (наприклад, створення сіквелів) поза межами початкового релізу продукту, екранний макет або концепт-арт [9].

Пітч – (від англ. Pitch - кидок, подача) - це коротка і ємна презентація проекту в слайдах, це «ліфтова мова», адресована видавцю гри або інвестору, із запитом спонсорування проекту. Ліфтові мовлення отримали свою назву від відрізка часу, відведеного на презентацію якої-небудь ідеї — час, який ви проводите разом з потрібною людиною в ліфті до тих пір, поки він (вона) не виходить [17].

Створення гри - складний процес, специфіка якого зумовлюється проектною командною роботою. Створення відео гри, зазвичай, потребує зусиль сценариста, гейм-дизайнера, програміста, проектувальника рівнів, художника, звукооператора та інших. Тому геймдизайн документи, як правило, містять інформацію, якою в будь-який момент може швидко і легко скористатися будь-який член команди, а якщо необхідно, то щось і додати нове. Тому на відміну від офіційних ділових документів, які набувають чинності з моменту свого затвердження або закам'яніння («the Fossilized document»), дизайн-документи є, по суті, динамічними або «живими». Дизайн-документ може змінюватися в залежності від поточного стану справ, вимог геймдизайнера, пропозицій інших розробників [19]. Тому в дизайн-документі важливу роль має такий реквізит, як «версія». Місце та роль дизайн документів у процесі розробки гри влучно візуалізував Кейсі О'Доннелл (рис.1).

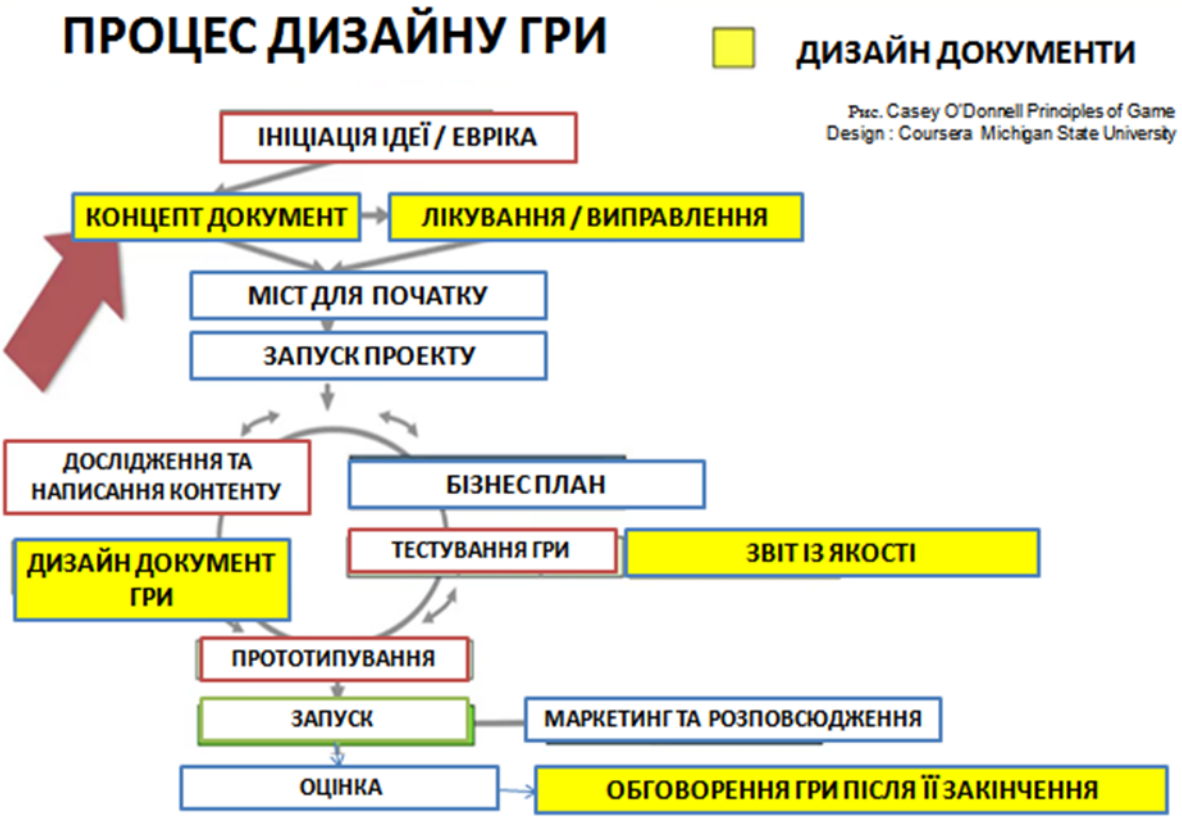

Рис.2. Casey O'Donnell Principles of Game Design [4].

Процесуальність та командність розробки гри як кінцевого продукту дає можливість віднести геймдизайн документи до системи проектної конструкторської документації. «Проект» (project) походить від латинського projacere – просувати щось вперед (pro - заздалегідь; jacere - кидати вперед), projectus – буквально "кинутий вперед, виступаючий, той, що стирчить; від англ. project — це що-небудь, що замислюється чи планується.

За ДСТУ 3321-2003, проектна (конструкторська) документація – сукупніст конструктроських документів, виконаних на різних стадіях проектування згідно з технічним завданням до розроблення робочої конструкторської документації [1, с.6]. За стандартом, конструкторський документ – документ, який окремо чи разом з іншими документами визначає склад і конструкцію виробу та містить необхідні дані, згідно з якими розробляють, виробляють, контролюють, приймають, постачають, експлуатують та ремонтують виріб [1, с.2].

Втім, важливо відмітити, що гра є насамперед креативним продуктом, результатом творчої діяльності. Документи, які її забезпечують та супроводжують не можуть бути зведені до суто технічної документації, як-от технічне завдання, пояснювальна записка, технічні умови тощо. Більш близькими за змістом є документи проекта як «строго обмеженого за часом підприємства, спрямованого на створення унікального продукту, послуги, результату або ж впливу» [15]. Але й тут постає питання переобтяження галузі геймдизайну численною проектною документацією на кшталт Концепції проекту, Статуту проекту (*project charter*), Плану управління проектом, Цільової структури проекту тощо. Інтеграція цих документів у систему документаційного супровіду геймдизайна, на наше переконання, може мати лише рекомендований характер та стосуватися відгалуженої управлінської частини.

Геймдизайн документи відрізняються динамічністю та версійністю, залежать не лише від вельми умовної архітектури процесу створення ігри, а й від креативності команди. Тому геймдизайн є галуззю, що стосується нематеріальних ресурсів та може керуватися принципами менеджменту знань. Тож питання доцільності, уніфікації та стандартизації геймдизайн документації, на нашу думку, є неоднозначним та дискусійним.

Отже система геймдизайн документів є специфічною підсистемою проектної документації, що націлена на розробку креативного продукту, має специфічні реквізити («версія») та особливі вимоги до складання (правило уникнення надлишковості в деталях, абстрактності описів, закам’янілості тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 3321-2003 Система конструкторської документації. Терміни та визначення основних понять. – К.: Держспоживстандарт України, 2005. – 51 с.
2. Blazhko, O., Gawel, B., Gdowska, K., Dziabenko, O., & Luhova, T. (2017). DEEPER LEARNING APPROACHES INTEGRATED IN SERIOUS GAMES. In Project, Program, Portfolio

Management. P3M (Vol. 2, pp. 18-21). ІКС ОНПУ. URL : http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/6866
3. Blazhko, O., Luhova, T., Melnik, S., & Ruvinska, V. (2017, June). Communication model of open government data gamification based on Ukrainian websites. In Experiment@ International Conference (exp. at'17), 2017 4th (pp. 181-186). IEEE. URL : http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/6278/1/Expat17_Blazhko_Luhova_Melnik_Ruvinska_final.doc.
4. Casey O'Donnell Principles of Game Design : Coursera Michigan State University. URL : https://ru.coursera.org/learn/gamedesign
5. Design document, GDD (Дизайн-документ). URL : http://www.gamedev.ru/gamedesign/terms/desdoc
6. Game Design Workshop/ Tracy Fullerton [Текст]. –Burlington: Elsevier; Morgan Kaufmann Publishers, 2008. – 491 с.
7. Gartner Says By 2015, More Than 50 Percent of Organizations That Manage Innovation Processes Will Gamify Those Processes // Gartner. WHY GARTNER ANALYSTS RESEARCH EVENTS CONSULTING ABOUT. – April 12, 2011. URL : http://www.gartner.com/newsroom/id/1629214
8. Taylor Chris Design Document Template Sample. URL : https://www.runawaystudios.com/articles/chris_taylor_gdd.php
9. Введение в геймдизайн: основные понятия и принципы проектирования игр. URL : https://vc.ru/10495-gamedev-challenges.
10. Волков А. Процессы и документация для начинающих // Манжеты ГД. URL : https://gdcuffs.com/pipeline-for-beginners/ – Дата звернення 09.03.2018 р.
11. Грищенко А. В поисках хорошего дизайн-документа. URL : http://www.dailytelefrag.com/articles/print.php?id=1491 – DTF.RU – Статьи – Дата звернення 10.03.2018 р.
12. Диздок – Ряба. URL : https://docs.google.com/document/d/1c7zJuwf6Oz_J0Aff9GbgC7kNZNIN5eqSa2cMH2Q3m4s/ed

13. Как написать диздок / Mail.RuGroup. Хабрахабр URL :https://habrahabr.ru/company/mailru/blog/266369/ – Дата звернення 09.03.2018 р.
14. Основы дизайн-документации/ MISTLE_GAMER / LIVEJOURNAL. URL : https://mistle-gamer.livejournal.com/1798.html – Дата звернення 10.03.2018 р.
15. Руководство к Своду знаний по управлению проектами. Четвертое издание (Руководство PMBOK®). URL : https://by.odb-office.eu/files/docs/Svod-znanij-po-upravleniju-proektami.pdf
16. Семенов А. Как создать качественный дизайн-документ: советы от RocketJump. URL : http://app2top.ru/game_development/kak-sozdat-kachestvenny-j-dizajn-dokument-sovety-ot-rocket-jump-108091.html – App2Top.ru–Дата звернення 10.03.2018 р.
17. Хестов Аус Вызовы для гейм-дизайнера. URL : http://intalent.pro/article/vyzovy-dlya-geym-dizaynera.html
18. Хефнер Марек Дизайн-документ // Лучшие компьютерные игры. - №11 (36) ноябрь. – 2004.
19. Design document, GDD (Дизайн-документ). URL : http://www.gamedev.ru/gamedesign/terms/desdoc

Зайниддин Рашидович Хўжаназаров,
Шохиста Абдухаликовна Тагирова
Бухарский инженерно-технологический институт,
Бухара, Узбекистан

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Важливо, щоб принципи бухгалтерського обліку мали фундаментальні допущення, правила використання та обліку бухгалтерського обліку в рамках фінансової звітності ... Ефективне управління ризиками може бути досягнуто за рахунок активів інформаційних технологій, як описано в Базелі II

Ключові слова: *Інформаційна функція, бухгалтерського обліку, інформаційних систем, бухгалтерії.*

Важно, чтобы принципы бухгалтерского учета имели фундаментальные допущения, правила использования и учета бухгалтерского учета в рамках финансовой отчетности. Эффективное управление рисками может быть достигнуто за счет активов информационных технологий, как описано в Базеле II

Ключевые слова: *Информационная функция, бухгалтерского учета, информационных систем, бухгалтерии.*

Basic principles of accounting assumptions, accounting rules, and as part of the financial statements for the construction of an important. as described effective risk management, Basel II, can be achieved through the use of information technology assets.

Keywords: *Information function, accounting, information systems, accounting*.

Автоматизированная система учета. 1. Общее описание информационных систем систем учета. 2. Автоматизированные средства автоматизации работы пользователя. 3. Автоматизированные технологии в бухгалтерии.

«Порядок учета в бюджетных организациях», «Порядок учета в государственных образовательных учреждениях», «Порядок учета в учреждениях здравоохранения», «Бухгалтерские процедуры для финансовых учреждений и внебюджетных фондов в бюджетных

учреждениях», «Финансовые инструменты и внебюджетные средства: родительские оценки и пакты о развитии в государственных образовательных учреждениях» Процедуры учета финансовых активов и внебюджетных фондов учреждений здравоохранения, финансовых активов в учреждениях высшего и среднего специального образования и бюджета Процедуры учета внебюджетных фондов », «Методология и практика расчета взносов в бюджетные организации в основных средствах и нефинансовых активах», «Методология и практика расчета взносов в основные фонды и нефинансовые активы в государственных образовательных учреждениях», «Заработная плата и эквивалентные платежи, дебиторская задолженность» и порядок расчетов с кредиторами »,« Общественный фонд «Расчет заработной платы и платежей с кредиторами в государственных учебных заведениях», «Меморандум о заработной плате в медицинских учреждениях и равная оплата за них», Расчет дебиторской задолженности и кредиторов в учреждениях здравоохранения, расчет заработной платы и эквивалентных выплат в форме мемориального ордера в высших и средних специальных учебных заведениях " , «Инвентаризация бюджетных организаций и порядок учета результатов».

Эта информация необходима внутренним и внешним пользователям для контроля, анализа, выработки и принятия различного рода управленческих решений. Совокупность процедур по сбору, регистрации, передаче, хранению, обработке и представлению пользователям такой информации образует информационный процесс бухгалтерского учета.

Информационные процессы процесса бухгалтерского учета очень сложны, что является сущностью бухгалтерской информации. Но создание учетной информации - это простой способ использовать технологию для получения той же информации в процессе учета информации. Методы учета могут рассматриваться как программные объекты для современных методов, методов и методов обработки данных.

Информационный процесс бухгалтерского учета реализуется путем выполнения строго регламентированной совокупности этапов, процедур, операций, действий, направленных на преобразование

исходной информации в результатную. Это отражает технологический аспект информационного процесса и определяется как технологический процесс обработки учетной информации.

Технологический процесс (ТС) – совокупность взаимоувязанных этапов, процедур, операций, действий по преобразованию учетной информации от момента ее возникновения и регистрации до предоставления результатной информации пользователю.

Остановимся кратко на особенностях выполнения процедур преобразования информации.

- Сбор и регистрация данных. Информация, обрабатываемая в АИС-БУ, может быть получена:
- из внешних по отношению к предприятию источников;
- из информационных систем других управленческих подразделений;
- непосредственно от низовых подразделений хозяйствующего субъекта в процессе производственно-хозяйственной деятельности.

Если в первых двух случаях информация поступает уже зарегистрированной на машинном или бумажном носителе, то в последнем случае ее приходится собирать и регистрировать. Сбор и регистрация такой информации реализуется первичным (оперативным) учетом. Сущность данной процедуры заключается в определении и регистрации на носителях количественных и качественных характеристик определенного объекта наблюдения. Это трудоемкая процедура, но от полноты, достоверности и своевременности данных, полученных на этом этапе, зависит качество результатной информации, предназначенной для принятия решений.

Ввод информации в компьютер зависит от способов реализации предыдущих процедур. Информация, зафиксированная в документах, обычно вводится с клавиатуры. В системах с массовым вводом однотипной информации получают распространение сканирующие устройства. Информация, переданная по каналам связи, фиксируется в устройствах долговременной памяти компьютера. В процессе ввода выполняются контроль и бухгалтерская обработка документа, в результате которой формируются бухгалтерские записи. Они вводятся и хранятся в информационной базе учета.

Хранение и накопление информации. Введенные в компьютер данные не сразу используются для обработки. Они накапливаются и хранятся в информационной базе учета. В ней хранятся не только первичные данные, но и условно-постоянная, справочная и другая информация, многократно используемая при решении разных задач учета. Хранение и накопление первичной информации связано с потребностью получения данных за определенный интервал времени, многократного использования их при обобщении в разных разрезах. Более того, система компьютерного учета обычно хранит все введенные данные с начала ее эксплуатации, что позволяет обращаться к ним в любое время и формировать результатную информацию за предшествующие периоды.

С хранением информации связана такая процедура, как поиск данных, т.е. процедура выборки нужных данных по запросу пользователем.

Обработка экономической информации предполагает выполнение логических и арифметических операций над исходными данными в целях получения результатной информации.

Логическая обработка включает операции сортировки (подбор, упорядочение, объединение), выборку данных из информационной базы и т.п. Арифметические операции – алгебраическое сложение, деление, умножение и т.д.

Обработка информации выполняется согласно разработанному алгоритму – набору четко сформулированных правил, определяющих процесс преобразования исходных данных (входной информации) в желаемый результат (выходную информацию) за конечное число шагов. Это позволяет автоматически решать любую конкретную задачу из класса однотипных задач.

Принятие решений на основе анализа результатной информации в АИС-БУ остается за специалистом – бухгалтером, учетным работником.

Подобно тому, как в материальном производстве технологический процесс реализуется с помощью различных технических средств: станков, оборудования, инструментов и т.д., так и процесс преобразования информации в АИС-БУ реализуется

посредством определенных средств и методов. На разных этапах преобразования информации применяются свои специфические средства и методы, способы выполнения информационных процедур. Она могут быть разными, и обусловлены технической и программной средой, в которой протекает процесс преобразования информации. Установленная последовательность процедур преобразования информации и совокупность методов и способов их реализации определяют информационную технологию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Суропов Б.М. Используйте компьютерное программное обеспечение для автоматизации отчетов предприятий. Республиканская научно-техническая конференция «Актуальные вопросы применения ИКТ в интеграции науки, образования и производства» совместно с Каракалпакским государственным университетом, Карши и Нукусскими филиалами ТУИТ. Нукус 2015г. 21-22 апреля

2. Скотт К. (Бюджетирование и финансисты расчеши с помошию Microsoft Excel) «Финансовый бюджет в MS Excel».

Исаев Г.Н. Информационные системы в экономике: учебное пособие- 2006.

3.Проектирование экономических информационных систем: Учебник / под. ред. Ю.Ф.Тельнова - Москва: Финансы и Статистика, 2003.

4. Автоматизированные информационные технологии в экономике. /Под ред. Титаренко. М., 2008.

Діана Чубук
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ВІРТУАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК РОЗШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ СТУДЕНТІВ

Анотація. *У роботі розглянуто особливості віртуального спілкування студентів ОНПУ як активних користувачів віртуального світу.*

Ключові слова: *інтернет-спілкування, віртуальне спілкування, особливості спілкування в режимі онлайн, соціальні мережі.*

Аннотация. В работе раскрыто особенности виртуального общения студентов ОНПУ как активных пользователей виртуального мира.

Ключевые слова: общение через интернет, виртуальное общение, особенности общения в режиме онлайн, социальные сети.

В умовах інформатизації суспільства майже всі люди на нашій планеті, в тому числі і студенти закладів вищої освіти, активно користуються Інтернетом. Тому «професійне навчання має бути інноваційним та базуватися на основі таких методів навчання, які б надавали можливість ефективно передавати доволі великий обсяг знань та забезпечували високий рівень оволодіння матеріалом, що вивчається [6, с. 488]. В умовах сьогодення нам дуже складно уявити будь-яку оселю, офіс, кафе без вай-фаю, але так було не завжди.

Основна мета статті – дослідити віртуальне спілкування студентів Одеського національного політехнічного університету та визначити його особливості.

Наприкінці XX століття почалося активне впровадження у всі сфери життя комп’ютерів, у томі числі й в заклади вищої освіти України, і користувачі отримали доступ до цих машин насамперед для пришвидшення передачі листів та необхідної інформації тощо.

Вагоме значення має впровадження комп’ютерів в освітню сферу. Зокрема, електронні підручники та навчальні посібники з багатьох дисциплін в ОНПУ слугують для підтримки та розвитку навчального процессу: приймання і передавання інформації, практичні заняття в уже відомих і нових формах тощо.

Прикладом нової форми можна назвати веб-квести, які ми проходили під час вивчення дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» з викладачем кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ О.О. Панькевич. Так, наприкінці практичного заняття ставилося проблемне завдання (у нас було пов'язане з майбутньою професією), яке ми розв'язували вдома, використовуючи інформаційні ресурси Інтернет. Для перевірки результати надсилалися на електронну адресу викладача у чітко визначений термін, щоб мати можливість пройти наступні етапи веб-квесту. Уцілому було цікаво й стимулювало нас те, що завдання надсилалися викладачем лише почергово-блочно. Тобто, не виконавши попереднє завдання не було можливості отримувати для виконання наступні.

Ми живемо у час науково – технічного прогресу і все, що оточує нас та й ми самі постійно змінюється, удосконалюється. Та, на нашу думку, не завжди розвиток призводить до гарних наслідків.

Як показало проведене нами дослідження на основі емпіричного методу, ми мали можливість встановити, що студенти ОНПУ більше часу проводять у інтернеті з ПК, телефонів тощо не для пошуку наукової інформації, не за читанням електронних посібників та й не за проходженням веб-квестів, а, нажаль, у віртуальному середовищі за віртуальним спілкуванням.

За Н.Г. Грабар [1, с. 2] віртуальне спілкування - вигаданий світ, який має дуже багато специфічних якостей. Пояснимо, часто люди намагаються замінити свій реальний, недосконалий часом світ, віртуальним – близьким до ідеалу. Але це не вирішує основної проблеми і тільки створює видимість ілюзорного життя. Одне з основних завдань активного користувача Інтернету – бути пильними і не дозволяти сучасним технологіям затьмарювати свідомість і думати, що віртуальна реальність може замінити наше реальне життя.

Існує велика кількість особливостей віртуального спілкування, яке кардинально відрізняє його від реального. «У віртуальному середовищі ви взагалі можете бути ким хочете, виглядати як завгодно, бути істотою будь-якоїстаті за вибором, словом, у вас немаєобмежень, характерних для матеріального світу» [1, с. 3]. Основна відмінність полягає в тому, що під час реального спілкування можна побачити, як в виглядає співрозмовник, як він себе поводить, прояв має свої емоції

в тій чи іншій ситуації. Коли ви задаєте питання людині в реальному вимірі, у нього немає іншого вибору, крім миттєвої відповіді. І це означає, що її слова і відповіді будуть більш правдивими, ніж коли вона отримає повідомлення за певну кількість часу, щоб подумати про відповідь і дати найуспішніший питання для цього, а не той, який спалахнув в голові під час прочитавши питання.Тому, ваш віртуальний співрозмовник може видавати себе за іншу людину, яка буде кардинально відрізнятися від реальної.

Аналіз наукової літератури надав нам можливість встановити, що за допомогою віртуального спілкування можна відмітити бідну на емоційне наповнення лексику, бо студент не має можливості використовувати такі засоби збагачення усного мовлення, як: зміна інстанції в залежності від смислового навантаження промови, застосування різних жестів, наприклад, жестикуляції та міміки обличчя.

В.В. Посохова вважає, що, обираючи для себе той чи інший стиль комунікації, користувачі різною мірою наповнюють медіа-дискурс сурогатними емоційними реакціями у символічному вигляді з використанням смайл-позначок, або використовуючи для цього шаблонні графічні зображення нерідко описуючи поряд в дужках власні емоції. Функцію інтонації при цьому виконують так звані «капси» (від англійської «CapsLock»), оскільки написання певного тексту великими літерами сприймається як підвищення тембру голосу [3, с. 212–213]. Отже, слова адресата ми сприймаємо, виходячи з наших суб’єктивних суджень, які можуть кардинально відрізнятись від тих, які заклав співрозмовник.

Слід зазначити такі головні особливості віртуального спілкування, як: можливість швидко передавати повідомлення певній кількості різних людей, які можуть знаходитись у різних географічних широтах; віртуальні повідомлення мають досить бідну, за емоційною складовою наповненість , яку користувачі намагаються збагатити різними способами; ви не бачите реальної міміки та емоцій вашого співрозмовника під час віртуального спілкування, а отже ваша фантазія може прикрашати його та сприймати за іншу людину. Як на мене, не дивлячись на те, що ми живемо у час науково-технічного прогресу, нам потрібно частіше спілкуватися у реальному житті. Тільки під час такого спілкування ми можемо почути відповіді співрозмовника без

довгих роздумів та прикрашення дійсності; почути й побачити емоційну наповненість, настрій людини без додаткових домислів з нашої сторони.

Список використаної літератури:

1. Грабар Н.Г. Соціально-психологічніпроблемиспілкування у віртуальнійреальності [Електронний ресурс] / Н.Г. Грабар // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2012. – № 3–4. – С. 82–85. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2012_3-4_13.pdf

5. Столярова М. О. Етикет у віртуальній англомовній комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій) : дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2005. – 20 с

3. Посохова В.В. Стилі он-лайн спілкування інтернет-користувачів в повсякденній мережній діяльності [Електронний ресурс] / В.В. Посохова // Теоретичні і прикладні про-блеми психології. – 2013. – № 3. – С. 211–215.

4. Спрінсян В. Комунікаційне середовище документознавства в Україні (на прикладі Міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття») / В. Спрінсян, О. Панькевич // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 5. – С. 47-49

5. Панькевич Е.А., Василенко ЕП.Информационно-комуникационные технологи в современном образовательном постиндустриальном обществе/ О.Панькевич, О.Василенко //Субкультуры и коммуникативные стратегии информационного общества: труды Междунар науч.-теоретич.конфер – Санкт-Петербург, 19-22 нояб., 2014. – С. 102-104.

6. Роль сучасних інформаційних технологій у вивченні дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» (на прикладі Web-Quest) // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: зб. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 10-12 вер. 2015 р.; під заг. ред.. В.Г. Спрінсяна. – О.: ФОП Гаража, 2015. – С. 487-497.

Юрій Сарахман
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

РЕКЛАМА ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ МІЖ РЕКЛАМОДАВЦЕМ ТА СПОЖИВАЧЕМ

Анотація: *у статті розкрите поняття реклами, як комунікативного акту між рекламодавцем і споживачем. Представлені визначення, основні функції, міжнародні вимоги щодо реклами. Розглядається поняття обміну, як однією з важливих складових комунікативної дії у рекламній комунікації.*

Ключові слова: *реклама, рекламна комунікація, особлива форма комунікації.*

Аннотация*: в статье раскрыто понятие рекламы как коммуникативного акта между рекламодателем и потребителем. Представлены определение, основные функции, международные требования относительно рекламы. Рассматривается понятие обмена, как одной из важных составляющих коммуникативного действия в рекламной коммуникации.*

Ключевые слова: *реклама, рекламная коммуникация, особая форма коммуникации.*

Abstract*: the article reveals the concept of advertising as a communicative act between the advertiser and the consumer. The definition, main functions, international requirements concerning advertising are presented. The concept of exchange is considered as one of the important components of communicative action in advertising communication.*

Keywords: *advertising, advertising communication, a special form of communication.*

Останнім часом вивченню реклами присвячено чималу кількість наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених різних галузей знання. На нашу думку, це пов’язано з тим, що реклама виступає невід’ємною частиною сьогодення, оскільки значима її роль не тільки в економічній сфері, але і в політиці, громадському, культурному й освітньому житті нашої держави [10]. Автором відзначено, що реклама

як комунікаційний інструмент є вирішальним фактором конкурентної боротьби у певній сфері.

Роль реклами в сучасному суспільстві не обмежується ні рамками комерційних комунікацій, ні навіть всієї ринкової діяльності. Значення реклами зростає практично у всіх галузях економіки і суспільного життя. Не можна не відзначити її значну ідеологічну, освітню, психологічну й естетичну роль. Реклама щоденно і масово впливає на абсолютну більшість населення. Щоденнй вплив реклами на мільярди потенційних споживачів не лише сприяє формуванню купівельних переваг, але входить в соціальне середовище, яка бере участь у становленні певних стандартів мислення і соціальної поведінки різних верств населення в кожній країні та в усьому світі.

«Комунікація – це обмін інформацією між індивідами через посередництво загальної для них знакової системи (для людей з допомогою усної мови, жестів, писемності тощо)» [4, с. 34]. Тобто, система рекламної комунікації передбачає передачу інформації в одному напрямі для досягнення тих, чи інших цілей. На відміну від рекламодавців споживачі зазвичай не можуть скористатися ЗМІ для спілкування з творцями і замовниками реклами.

Метою дослідження є: аналіз реклами як особливої форми комунікації між рекламодавцем та споживачем.

Насамперед уважаємо за доцільне уточнити та конкретизувати поняття «реклама», оскільки науковці досить різнопланово визначають дефініцію даного терміну: спеціальна форма комунікацій, платне, спрямоване на потенційних споживачів повідомлення, одна з форм масової комунікації…

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про рекламу» (далі – Закону) реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сфор- мувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [1].

В аспекті психології рекламної діяльності поняття «реклама» розглядається як *спеціальна форма комунікацій*, спрямована на спонукування людей до певної, підпорядкованої цілям маркетингу поведінки. Основою комунікації є реципієнт, тобто той, хто сприймає інформацію (рекламне звернення). Його особистісні характеристики -

консерватизм, упевненість у собі, схильність до нового, менталітет тощо - впливають на сприйняття й оцінку рекламного звернення [6, с. 16].

Поняття «реклама» розкривається також як *платне, спрямоване на потенційних споживачів повідомлення*, яке несе в собі інформацію з пропозиціями, що здійснюється через засоби масової інформації чи будь-яким іншим способом публічного звернення й агітує на користь певного підприємства/продукту [8].

З точки зору О.В. Мєдвєдєвої [7 с. 5], реклама – це *одна з форм масової комунікації*, в якій створюються і поширюються, сплачені рекламодавцем іформативнообразні, експресивно-сугестивні тексти однонаправленого і неособистого характеру про товари, послуги, ідеї і надання психологічного впливу на масову та індивідуальну свідомість споживачів з метою спонукати їх до потрібних рекламодавцю вибору і вчинку.

Реклама – це особлива форма комунікації між рекламодавцем і споживачем, що передбачає поширення інформації про товари і послуги за допомогою різних каналів, включаючи традиційні ЗМІ та спеціалізовані рекламні канали [4].

Р.Г. Іванченко зазначає, що по-перше, реклама — будь-яка форма неособистої пропозиції та просування комерційних ідей, товарів чи послуг коштом чітко визначеного замовника. По-друге, реклама — це рекламна справа. По-третє, реклама — це публікація рекламних оголошень у пресі [5, с. 144].

Особливого значення набуває розгляд реклами як форми комунікації між рекламодавцем та споживачем, яка поширює інформацію про товари та послуги за допомогою як традиційних засобів масової інформація так і спеціалізованих рекламних каналів. Вивчення особливостей процесу рекламної комунікації, теоретичних та практичних аспектів рекламування становлять фундаментальну основу для управління рекламно-інфор-маційною діяльністю [14].

Є. Ромат дає визначення реклами з використанням комунікаційного підходу, стверджуючи, що реклама є видом соціальної масової комерційної комунікації, що формується й оплачується рекламодавцем (продавцем) і спрямований на потенційних покупців (споживачів) об’єкта рекламування (товару,

послуги, іміджу, ідеї, особи, організації, держави, території, тощо), метою комунікації є формування певної цільової настанови одержувачів рекламного звернення щодо об’єкта рекламування [13, с. 38—39].

Таким чином, у найширшому значенні рекламу можна визначити як заснований на вивченні ринку процес інформаційного впливу на цільову аудиторію з метою збільшення збуту продукції, підвищення престижу фірми й формування позитивного ставлення до даної фірми й продукції.

Як відомо, в найзагальнішому вигляді в структурі комунікації виділяють відправника повідомлення (комунікатора), власне повідомлення, одержувача повідомлення (реципієнта), а також комплекс відносин між відправником і одержувачем. При цьому можливо говорити про різні види комунікації в залежності від кількості її учасників. За даним критерієм реклама може бути віднесена, насамперед, до масової комунікації, оскільки вона спрямована на широкі цільові групи споживачів товарів і послуг, використовуючи з цією метою засоби масової інформації.

Комунікативні канали є основними засобами реалізації функцій реклами. Отже, п'ять функцій реклами, є одночасно її комунікативними функціями:

Реклама виконує кілька основних функцій:

1) Інформаційна функція «припускає поширення в масовому масштабі інформації про товар чи послугу, їхній характер, місце продажу, виділення тієї або іншої фірмової або торгової марки»;
2) Економічна функція реклами це стимулювання збуту товарів, послуг, а також вкладання інвестицій;
3) Просвітницька функція реклами «передбачає пропаганду різного роду нововведень у всіх сферах виробництва і споживання, здорового способу життя тощо»;
4) Соціальна функція реклами спрямована на формування суспільної свідомості, посилення комунікативних зв'язків у суспільстві і поліпшення умов існування;
5) Естетична функція реклами спрямована на формування смаку споживачів. Деякі рекламні продукти створюються талановитими дизайнерами, художниками, режисерами та

іншими людьми творчих професій. Завдяки цьому, реклама іноді стає твором мистецтва. Деякі рекламні продукти можуть суперничати по силі творчої думки з найвидатнішими творами мистецтва [3].

Схема традиційної комунікації включає: джерело повідомлень або відправника інформації; самі повідомлення, які можуть перетворюватися в потрібну форму (тобто кодуватися); канали зв'язку; прийом і декодування інформації, сприйняття її адресатом; відповідна реакція одержувача на повідомлення; можливі перешкоди або спотворення інформації, які можуть виникати на різних стадіях процесу комунікації.

У міжнародній практиці до реклами пред'являються наступні вимоги:

- ✓ реклама не повинна містити тверджень чи наглядних зображень, які можуть образити суспільство чи окрему групу осіб;
- ✓ реклама має бути складена таким чином, щоб не обманути довір'я покупця використовуючи нестачу в нього досвіду або знань;
- ✓ реклама не повинна в якості доказу посилатися на забобони, вона не повинна без достатньої причини грати на почутті страху;
- ✓ 4. реклама не повинна вводити споживача в оману у відношенні якості рекламованого товару, його ціни, супроводжуючих послуг, гарантійних умов;
- ✓ реклама не повинна містити неправдивих відомостей про інші підприємства, які можуть викликати до них чи їхніх товарів зневагу чи насмішку;
- ✓ слід уникати будь-якого наслідування рекламним ілюстраціям, змісту та тексту реклами, які використовуються іншими рекламодавцями;
- ✓ реклама не повинна містити таких зображень, де ігноруються загальноприйняті міри безпеки, що таким чином може заохочувати до халатності та недбалості;
- ✓ реклама не повинна зловживати довір'ям людей, які страждають хворобами і не здатні в даний момент критично оцінити рекламу, що пропонує їм засоби для лікування чи виздоровлення [8].

Невиконання цих вимог може зашкодити іміджу фірми, спричинити проблеми із законом та суспільною мораллю, конфлікти з

конкурентами, а це означає додаткові збитки. Тому перш ніж оприлюднювати рекламне звернення слід ретельно проаналізувати усі його особливості, щоб бути впевненим у правдивості та нешкідливості реклами.

Рекламна діяльність може розглядатися як специфічна область комунікації між рекламодавцями і потенційними споживачами.

Розглядаючи рекламу як метод впливу на свідомість і поведінку індивідів треба зазначити, що, реклама може виступати як певний код, який за допомогою мови конструює суб'єкта. По суті реклама стає інститутом глобального трактування, формою дискурсу, що має семіотичну владу. Інформація, що представлена в рекламі, є ідеологією, а не реальністю [14].

Особливу увагу при дослідженні комунікативного аспекту рекламної діяльності привертає теорія раціонального вибору. Предметом вивчення цієї теорії стають діючі суб'єкти. У них є цілі, на які спрямовані їхні дії, а також вони мають свої переваги. Споживач прагне максимізувати свої вигоди, витрачаючи при цьому мінімальні ресурси. Підкреслюється важлива роль інформації при раціональному виборі. Великою мірою саме реклама забезпечує споживачів необхідною інформацією. Кількість або якість інформації мінлива і ця мінливість робить на вибір акторов величезний вплив.

Як було досліджено І.В. Альошиною [2], для того щоб обмін відбувся, виділяються кілька умов :

- ✓ наявність двох або більше сторін;
- ✓ кожна сторона повинна мати те, що має цінність для іншої сторони;
- ✓ кожна сторона повинна мати здатність до комунікації і доставки (переміщенню);
- ✓ кожна сторона повинна бути вільною у виборі — прийняти або відкинути пропозицію іншої;
- ✓ кожна сторона вважає доречним або бажаним мати справу з іншою, тобто обмін відбувається в умовах переваги вибору.

Отже, у рекламній комунікації обмін є однією з важливих складових комунікативної дії, оскільки, споживаючи товари, індивіди вступають у взаємовигідну взаємодію, що розглядається як обмін різноманітними благами. Товари при обміні здобувають так звану

споживацьку корисність, що полягає в різниці усіх вигод, винагород від обміну і усіх витрат на їхнє одержання.

Реклама завжди враховує той факт, що метою раціональної людини є завжди максимізація корисності. Відчуваючи потребу в тих або інших благах, споживачі змушені постійно визначати корисність цих благ, тому що в умовах їхньої обмеженості до водиться робити вибір. Для цього споживачі постійно порівнюють корисність тих благ, які їм необхідні й доступні.

В умовах сучасного ринкового господарства реклама «має справу» з товарами, що мають аналогічні, або схожі об'єктивні характеристики. У виграшному положенні, однак, виявляється такий товар серед товарної категорії, що може задовольнити значущі для людини психологічні й культурні потреби, на відміну від потреб, що задовольняються його об'єктивними властивостями. Тобто, товари мають певний символічний зміст. Більшість людей не будуть купляти автомобіль винятково заради того, щоб проїхати з одного пункту в іншій; ними рухає прагнення досягти почуття незалежності, виразити свою індивідуальність або створити певний настрій або відчуття [14].

Цілі рекламної комунікації полягають у тому, щоб встановити зв'язок між об'єктами матеріального світу, що є продуктом людської діяльності (товаром) і неусвідомлюваними, ірраціональними, потребами людини; сформулювати цінність товару та сформувати готовність віддати за нього частину своєї праці, що виступає у формі загальноприйнятого символічного еквівалента — грошей. Цей процес має дві сторони. З одного боку, відбувається раціоналізація ірраціонального, тобто маємо раціоналізацію неусвідомлюваних бажань і потреб (потреби в задоволеності), а з іншого боку — міфологізація, що виражається у приписуванні товару неіснуючих властивостей, здатних задовольнити ту або іншу потребу.

Але товари не мають такий зміст споконвічно, від природи. Наділення їх вищими цінностями відбувається штучно, у результаті цілеспрямованих комунікаційних програм. Рекламна комунікація більшою мірою, ніж інші види комунікації намагається перебороти обмеженість існуючих знакових форм комунікативної системи.

Реклама намагається створити свою мову, часто використовуючи такі засоби передачі емоцій як музика, колір, запахи, однак

використання цієї мови обмежено технічними особливостями засобів масової комунікації. Кодоване послання, передане за допомогою того або іншого комунікативного каналу, як правило, не сприймається органами почуттів, які більшою мірою здатні транслювати ірраціональне. Раціоналізація ірраціональних потреб рекламою обумовлена, таким чином, не тільки об'єктивністю, раціональністю пропонованих до споживання товарів, але й раціональністю характеру масової комунікації: засоби передачі рекламних повідомлень більшою мірою здатні передавати логічні (значеннєві) аспекти комунікації. Реклама, з одного боку, повинна представити товар як відповідь на неусвідомлені бажання й потреби, що відповідають ірраціональним мотивам поведінки людини, тобто максимально відповідати його індивідуальному миру, з іншого боку — її масовий характер, необхідність бути доступною великим масам людей, змушують її бути досить раціоналізованою і формалізованою.

Висновки. Науковий підхід до вивчення реклами вимагає розгляду даного поняття як однієї з форм людських комунікацій. Процес комунікації реалізує найбільш загальні завдання, такі наприклад, як інформувати про події й факти громадського життя, розвивати контакти між людьми, управляти процесом спілкування. Крім цього, реклама вирішує і свої приватні завдання: створює задані образи, переконує споживача в необхідності й можливості придбати той чи інший товар, формує в нього бажання купити рекламований товар, споживчу привабливість.

Реклама також використовує раціональні та ірраціональні (емоційні) мотиви тому що цілі рекламної комунікації полягають у тому, щоб встановити зв'язок між продуктами людської діяльності (товаром) і неусвідомлюваними, ірраціональними, потребами людини — задоволення, самовираження тощо.

Таким чином, зосереджуючи увагу на комунікативних складових формування рекламного образу, можна стверджувати, що у процесі його створення рекламісти все активніше орієнтуються не на акт споживання, а на комунікативний ефект актуалізації й залучення значущих для аудиторії смислів, що змінює саму природу спрямування реклами як форми соціальної комунікації.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року № 270-96 // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 39. — Ст. 181.
2. Алешина И. В. Поведение потребителей: Учеб. пособие для вузов [Текст] / И. В. Алешина — М.: Фаир-Пресс, 2000. — 384 с.
3. Головлева Е.Л. Основы рекламы [Текст] / Е.Л Головлева – М.: «Феникс», 2004г. – 320с.
4. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов / Под ред. А.П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 352 с.
5. Іванченко Р. Г. Реклама: Словник термінів. — К.: Всеукраїнський фонд сприяння розвитку книговидання та преси, 1998. — 207 с.
6. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы: Учебное пособие для студ. вуз.. – СПб. : Питер, 2003. - 368 с.
7. Медведева Е.В. «Рекламная коммуникация», М., 2003, 218 с.
8. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності Навчальний посібник. – Дрогобич: Посвіт, 2007. – 108 с.
9. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность [Текст] / Ф.Г. Панкратова – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003. - 364 с.
10. Панькевич О. О. Реклама як комунікаційний інструмент у сфері освітніх послуг вузів України «Інноваційний потенціал світової науки – XXI сторіччя» //Секція «Біологічні науки, екологія та хімія». – С. 34.
11. Полукаров В.Л. Рекламная коммуникация [Текст] / В.Л Полукаров – М., 2002. – 57 с.
12. Розин В. М. Мистические и эзотерические учения и практики в средствах массовой информации [Текст] / В.М. Розин — «ОНС», 2007, №3. – с. 44-54
13 Ромат Є. В. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю у перехідних умовах. - К.: НАДУ, 2003. - 235 с.
14. Сорокіна Г. В. Реклама, як форма соціальної комунікації (теоретичні підходи) [Текст] / Г. В. Сорокіна // NOWOCZESNE BADANI PODSTAWOWE I STOSOWANE: научн. конференція 29-30 квітня 2017 р. – Варшава, 2017. – с. 69-76

Анастасія Коротка
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ФОРМАТИ ОБМІНУ БІБЛІОГРАФІЧНИМИ ДАНИМИ: ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ

Розглядається процес міжнародної взаємодії щодо розробки та впровадження комп'ютерного апаратно-програмного забезпечення у бібліотечних технологіях. Аналізуються основні етапи еволюційного розвитку форматів обміну бібліографічними даними сімейства MARC та наводяться найпоширеніші версії автоматизованих комунікативних форматів, що створені на цій платформі.

Ключові слова: *формати обміну бібліографічними даними, MARC, UNIMARC*

Рассматривается процесс международного взаимодействия по разработке и внедрению компьютерного аппаратно-программного обеспечения в библиотечных технологиях. Анализируются основные этапы эволюционного развития форматов обмена библиографическими данными семейства MARC и приводятся наиболее распространенные версии автоматизированных коммуникативных форматов, созданные на этой платформе.

Ключевые слова*: форматы обмена библиографическими данными, MARC, UNIMARC.*

The process of international cooperation in the development and implementation of computer hardware and software in library technologies is being considered. The main stages of evolutionary development of the MARC family bibliographic data exchange formats are analyzed and the most common versions of the automated communication formats created on this platform are given.

Keywords: *bibliographic data exchange formats, MARC, UNIMARC*

Українська бібліотечна асоціація (УБА) у Стратегії розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року як один з пріоритетних напрямків зазначає модернізацію інформаційно-технологічної інфраструктури бібліотек відповідно до європейських стандартів. Крім

того, у Стратегії чітко прописано, що «в умовах глобального інформаційного середовища для всіх сфер бібліотечної галузі – практики, науки, освіти, управління – велику роль відіграє міжнародне співробітництво. Воно важливе для запровадження міжнародних стандартів бібліотечно-інформаційної діяльності, обміну бібліографічними даними, електронної доставки документів, міжнародного книгообміну...та ін.» [4]. Тому вдосконалення системи бібліотечно-інформаційного обслуговування, що базується на електронних інформаційних ресурсах бібліотеки, є особливо важливим в аспекті запровадження міжнародних стандартів бібліотечно-інформаційної діяльності та обміну бібліографічними даними.

Як зауважує Ольга Баркова [1, 93], потребують вирішення такі наукові завдання, як термінологічне визначення електронних ресурсів як виду об'єктів каталогізації, розробка їх типології, методики складання бібліографічного опису, а також розробка бібліографічних форматів для забезпечення сумісності вітчизняних інформаційних ресурсів на рівні бібліографічних даних.

У цьому контексті розглянемо процес міжнародної взаємодії щодо обміну бібліографічними даними. Розробка та впровадження комп'ютерного апаратно-програмного забезпечення у бібліотечних технологіях, а саме – автоматизованих бібліотечно-інформаційних систем (АБІС), за минулі півстоліття з невеликим у світовому масштабі відбувались неоднорідно. Наведемо основні етапи еволюційного розвитку форматів обміну бібліографічними даними сімейства MARC, такого комунікативного формату, що мав забезпечувати, по-перше, можливість його застосування для всіх видів бібліотечних документів, по-друге, достатню гнучкість для вирішення різноманітних завдань як додаток до каталогізації і по-третє, зручність застосування у різних автоматизованих системах [2].

1-й етап: 60-ті роки XX століття. Програма MARC I була розроблена Бібліотекою Конгресу США (1965—1966 рр.) з метою отримання даних каталогізації в машинозчитуваній формі. Аналогічна робота виконувалась у Великій Британії Радою з Британської національної каталогізації при підготовці друкованого видання Британської національної бібліографії — British national Bibliography

(проект BNB MARC). На основі вказаних розробок у 1968 році почав створюватися комунікативний англо-американський формат MARC – проект MARC II. Паралельні дослідження двох країн послужили початком англо-американської співпраці зі створення проекту MARC II, орієнтованого на використання формату MARC. Учасниками проекту стали 16 найбільших бібліотек США, Канади, а також Бібліотека Британського музею. З 1968 року формат MARC затверджений, почав «свою діяльність», слугуючи поширенню машинозчитуваної інформації. У цей період, не зважаючи на співпрацю країн у створенні машинозчитуваної каталогізації, з'явилося кілька версій формату MARC: UKMARC (Великобританія), USMARC (США), INTER-MARC – формат для франкомовних країн – Франції, Бельгії та відповідної частини Швейцарії.

2-й етап: 70-ті роки XX століття. З початку 1970-х років сімейство MARC збільшилося більш ніж на 20 форматів. Серед них: CANMARC (Канада), FINMARC (Фінляндія), OCLC (Онлайновий комп'ютерний бібліотечний центр) та ін. Базовим форматом для них послужив USMARC. Поява такої кількості форматів пояснювалася розбіжностями в національних правилах каталогізації, у результаті чого виявилося неможливим здійснювати обмін інформацією між системами, що використовують різні формати. Для подолання несумісності MARC-форматів Міжнародною федерацією бібліотечних асоціацій та установ (ІФЛА) було прийнято рішення про розробку формату-посередника, що отримав назву UNIMARC, тобто «Універсальний MARC», мета якого – «...сприяння міжнародному обміну даними між національними бібліографічними службами в формі, що дозволяє» [5,17]. Даний формат був орієнтований на обробку тільки книг і серіальних видань, але в ньому були попередньо визначені поля для різних некнижних матеріалів, таких, як музичні твори, кінофільми, аудіодиски тощо.

3-й етап: 80-ті роки XX століття. У 1980 році вийшло друге видання формату UNIMARC, яке було доповнено полями, що дозволили обробляти картографічні матеріали. Крім того, були актуалізовані деякі поля, які стосуються специфічних ресурсів і монографій. Наступне видання опубліковано у 1983 році вже під

іншою назвою – UNIMARC Handbook. Це було розширене видання, що містило докладні коментарі.

У 1987 році формат вийшов під новою назвою – UNIMARC Manual. У форматі був змінений попередній статус полів, що відносяться до звукозаписів, музично-проекційних матеріалів, відеозаписів, кінофільмів, графіків, нотних видань і мікроформ. Поля для електронних ресурсів були визначені як попередні.

Також, у 1980-ті роки була здійснена адаптація формату USMARC для опису візуальних матеріалів. Цей варіант формату отримав назву MARC VM (MARC формат для опису візуальних матеріалів), але широкого поширення не отримав, використовувався в експериментальних цілях у ряді бібліотек США [3;55].

4-й етап: 90-ті роки XX століття. У 1994 році виходить друге видання формату UNIMARC Manual, що має вже конкретну назву – UNIMARC Manual_Bibliographic Format. Як зазначає О. Ш. Лобанова, одним з критеріїв новизни формату слід вважати розробку нових полів. Характер змін різноманітний – це нові поля, зміна назв і функцій деяких полів, зміна навантаження індикаторів і додаткове введення індикаторів в окремі поля [там само, 57].

Для реалізації процесу обміну бібліографічними даними кожній національній службі достатньо було скласти два конвертори: один для конвертації в UNIMARC, інший – з UNIMARC – замість спеціальних програм конвертування в кожен з форматів MARC [4, 39]. Для цього було створено європейський проект, що отримав назву UseMARCON (User Controlled Generic Converter). Координатор проекту – Королівська бібліотека Голландії. Учасники проекту – Національна бібліотека Португалії, Британська бібліотека, Німецька бібліотека. Відповідальною за програмне забезпечення була Франція [2].

Отже, у 1990-ті роки відбувалося подальше зростання числа MARC- форматів. Їх вже понад 50, особливо таких, вихідною базою яких став UNIMARC. Попри те, що основним призначенням UNIMARC було забезпечення міжнародного обміну бібліографічними даними, він міг використовуватися і як модель для створення нових машинозчитуваних форматів. UNIMARC став логічним продовженням історії традиційного бібліографічного опису, в якому зведено досвід

багатьох поколінь каталогізаторів, потужною інформаційною мовою, що віддзеркалювала розмаїття бібліографічного опису і стала стандартом представлення бібліографічного запису в машинозчитаному вигляді, що регламентує форму подання інформації. А UNIMARC обраний як основа для розробки формату для каталогізації електронних ресурсів. Редакція UNIMARC від 1994 р. увібрала набір полів для опису специфічних характеристик, що стало гідною основою для каталогізації електронних ресурсів.

Реальним кроком в інтеграції форматів було зроблено США і Канадою: результатом їхньої взаємодії було узгодження форматів USMARC і CANMARC і створення на їх базі єдиного, що отримав символічну назву MARC-21.

На сьогодні формат MARC-21 для опису архівних документів використовується в установах, що здійснюють бібліографування, за наявності в фондах книжкових і архівних документів. В електронний каталог включається бібліографічний запис у форматі MARC-21 на фонд в цілому, для перегляду повноцінного ієрархічного архівного опису організовується посилання на машинозчитувані описи архівних матеріалів у форматі EAD DTD (Encoding Archival Description Document Type Definition, формат метаданих для опису архівних матеріалів).

5-й етап: початок 2000-х років. У Бібліотеці Конгресу США у 2002 році було створено XML-схему для MARC-21. Ключова характеристика MARC XML в тому, що вона генерує точний еквівалент записів MARC-21 таким чином, що при конвертації інформації не відбувається втрат. Ця схема отримала широке поширення і покладена в основу міжнародного стандарту для XML – версії структури MARC. Потім було створено її спрощений варіант – MODS – Схему опису об'єкта за допомогою метаданих (Metadata Object Description Schema) – сумісний з MARC-21, а надалі – підготувати набір сумісних засобів перетворення записів. Результатом такої діяльності була поява гнучкої можливості перетворення записів у майбутньому, що дозволить уникнути появи безлічі різних варіантів XML-схем для MARC 21. Хоча схема MODS створена на основі MARC-21 і набагато детальніше, ніж DC (англ. Dublin Core –

Дублінське ядро), в ній набагато менше правил, ніж в MARC. Як і в DC, немає обов'язкових полів, все поля можуть повторюватися. Записи MODS часто використовуються в базах даних, які включають суміш бібліотечної каталогізації та бібліографічних даних, отриманих з інших джерел.

Таким чином, розвиткові інформаційних і телекомунікаційних технологій, правилам і стандартам, що існують у бібліотечному світі і забезпечують взаємодію, відповідав інтенсивний розвиток уніфікованої мови обміну бібліографічною інформацією, а саме – форматів сімейства MARC.

Література

1. Баркова, О. В. Питання організації фонду онлайнових документів електронної бібліотеки [Текст] / О.В. Баркова // Реєстрація, зберігання і обробка даних .– 2002 .– Т. 4, № 2.– С. 85 – 95.

2. Жлобинская, О. Н. MARC-форматы в современной информационной среде [Электронный ресурс] / О.Н. Жлобинская.– Режим доступа: http://rusmarc.ru/publish/MARC_now.pdf.

3. Лобанова, Э. Ш. Долгий путь эволюции форматов: от MARC I до MARC-21 [Текст] / Э. Ш. Лобанова // Библиотека. – 2003. – № 9. – С. 55 – 57.

4. Матеріали до Стратегії розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року «Якісні зміни бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України» [Електрон. ресурс] / Укр. бібл. асоц. ; автори-упорядники: О. М. Бруй, О. В. Воскобойнікова-Гузєва, В.С. Пашкова, Я. Є. Сошинська, І. О. Шевченко.– Київ: УБА, 2015.– 57с.– Режим доступу: https://ula.org.ua/images/uba_document/vudanna/Strategy_Print5_black_text.pdf

5. Руководство по UNIMARC: Руководство по применению международного коммуникативного формата UNIMARC [Текст] / Пер. с англ., авт. коллектива под руковод. А.И. Земскова, Я.Л. Шрайберга.– М., 1992.– 320 с.

Володимир Сухина
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

NOSQL ЯК СПОСІБ УПРАВЛІННЯ ДАННИМИ

Анотація: *Сьогодні досить складно уявити собі який-небудь додаток, який не використовував би бази даних, будь то сервера, персональні комп'ютери або мобільні пристрої. Від простих ігор до серйозних бізнес додатків. Всі вони обробляють, читають і записують певний набір даних.*

Хоча існує багато рішень для роботи з БД, популярними і затребуваними стають лише деякі з них. Найбільш часто застосовується на сьогоднішній день - реляційна система управління базами даних.Однак зараз з'явився новий конкурент, що носить зухвалу назву – NoSQL.

Ключові слова: *база даних, СУБД, нереляційна модель бази даних, NoSQL/*

Бази даних це логічні змодельовані сховища призначені для різних типів даних. Кожна база даних, за винятком безсхемних (NoSQL), використовує модель, яка описує структуру даних.

Система управління базами даних (СУБД) - програмне забезпечення, призначене для зберігання і управління даними. Для вирішення різних завдань розроблялося все більше і більше різних СУБД (Реляційні і NoSQL) і програм для роботи з ними (MySQL, PostgreSQL, MongoDB, Redis і т.д.).[2]

Він з'явився у відповідь на необхідність обробляти більші обсяги даних, яка змушує нас зробити фундаментальні зміни в сторону побудови більших апаратних платформ, що складаються з кламтерів звичайних серверів. У зв'язку з цим загострилися старі проблеми, пов'язані із забезпеченням ефективної роботи прикладних програм в рамках реляційної моделі даних.[4,13]

Основна мета NoSQL баз даних - надання додаткового функціоналу на відміну від реляційних систем. Наприклад, це може бути зберігання пар ключ-значення, тоді ви отримаєте значне збільшення продуктивності за рахунок кешування, або зберігання неструктурних наборів даних з якими простіше буде звертатися.[3]

Сам термін NoSQL з'явився близько десяти років тому, як би це не здавалося дивним, але спочатку це було назвою черговий реляційної

системи управління базами даних. Проте мала на увазі вона трохи інше - уникнути використання стандартів SQL. У наступні кілька років інші підхопили цю ідею і стали використовувати цей термін щодо нереляційних баз даних.[1]

NoSQL прибирає всі обмеження реляційної моделі (недостатня продуктивність, трудомістке горизонтальне масштабування, недостатня продуктивність в кластері) і полегшує методи зберігання і доступу до даних. Такі БД використовують неструктурований підхід (створення структури на льоту), тим самим знімаючи обмеження точних зв'язків і пропонуючи різні типи доступу до специфічних даних.[2]

NoSQL бази даних не працюють з реляційними моделями. Існує багато різних рішень, кожне з яких працює трохи по-своєму і служить специфічній меті. Ці безсхемні рішення знімають обмеження з формування сутностей і допускають зберігання даних у вигляді ключ-значення. [2]

На відміну від реляційних баз даних, можна групувати колекції даних з іншими NoSQL базами даних, наприклад MongoDB. Такі СУБД зберігають дані як одне ціле в базі. [2] Такі дані називаються агрегатами.[4, 36]

NoSQL бази даних не використовують загальний формат запиту, такий як SQL в реляційних базах даних. Кожне NoSQL рішення використовує власну систему запитів.

Порівняння SQL і NoSQL систем управління базами даних:

Стуруктури даних і їх типи: реляційні БД використовують строгі схеми даних, NoSQL БД допускають будь-який тип даних.

Запити: незалежно від типу ліцензії, реляційні бази даних в тій чи іншій мірі відповідають стандартам SQL, тому дані з них можна отримувати за допомогою мови SQL. NoSQL БД використовують специфічні способи запитів до даних.

Масштабованість: обидва типи СУБД досить легко піддаються вертикальному масштабування (тобто збільшення системних ресурсів). Проте, так як NoSQL це більш сучасний продукт, саме такі СУБД пропонують більш прості способи горизонтального масштабування (тобто створення кластера з декількох машин).

Надійність: коли справа доходить до збереження даних і гарантії виконання транзакцій SQL БД як і раніше займають лідируючі позиції.

Підтримка: Реляційні СУБД мають не малу історію за плечима. Вони дуже популярні і пропонують як платні, так і безкоштовні рішення. При виникненні проблем, все ж набагато простіше знайти відповідь, якщо справа стосується реляційних систем, ніж NoSQL, особливо якщо рішення досить складне за своєю природою (наприклад MongoDB).

Зберігання та доступ до складних структур даних: спочатку реляційні системи припускали роботу зі складними структурами, саме тому вони перевершують інші рішення по продуктивності.[2]

До переваг NoSQL відносяться:

Швидкість – NoSQL бази даних зазвичай швидше, а іноді набагато швидше, коли справа доходить до запису. Операції читання також можуть бути досить швидкими в залежності від того яку саме БД ви використовуєте.

Безсхемная розробка – реляційні СУБД вимагають чітко описану структуру даних до початку роботи. NoSQL рішення пропонують більш гнучкі рішення.

Автоматизована (або дуже проста) реплікація / Збільшення – NoSQLт бази даних швидко розвиваються – розробники активно вирішують основні проблеми, одна з яких – реплікація і масштабування. На відміну від реляційних СУБД, NoSQL рішення легко масштабуються і працюють з кластерами.

Великий вибір - коли справа доходить до вибору NoSQL сховища, існує великий вибір різних моделей. [3]

Література

1. Блог новин, аналітичних статей, думок, пов'язаних з інформаційними технологіями, бізнесом та Інтернетом [Електронний ресурс]. // NoSQL базы данных: понимаем суть. URL: https://habrahabr.ru/post/152477/ - 27.09. 2012
2. Навчання сучасного програмування [Електронний ресурс] // Базы данных SQL, NoSQL и различия в моделях баз данных, URL: http://devacademy.ru/posts/sql-nosql/ - 09.02.2015
3. Навчання сучасного програмування [Електронний ресурс] // Сравнение NoSQL систем управления базами данных, URL: http://devacademy.ru/posts/nosql/ - 13.02.2015
4. Фаулер, М. NoSQL. Новая методология разработки нереляционных баз данных: учеб. пособие / М. Фаулер – Дж. С. Прамодкумар // Вильямс, 2013. – 13, 36 с.

УДК 070

Тетяна Темченко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ТЕКСТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ

У статті розглянуто основи автоматизованого редагування текстової інформації та коротко описані програми текстових редакторів, адже саме редагування є важливим етапом обробки тексту, так як допомагає нормалізувати його для реципієнта.

Ключові слова: *редагування, текстова інформація, програми редагування, редактор.*

В статье рассмотрены основы автоматизированного редактирования текстовой информации и кратко описаны программы текстовых редакторов, ведь именно редактирования является важным этапом обработки текста, так как помогает нормализовать его для реципиента.

Ключевые слова: *редактирование, текстовая информация, программы редактирования, редактор.*

The article considers the basics of automated editing of text information and briefly describes the programs of text editors, since editing is an important step in text processing, since it helps to normalize it for the recipient.

Keywords: *editing, text information, editing program, editor.*

Редагування текстів є важливою складовою змістовної, наукової публікації. Це один з етапів обробки інформації, який можна віднести до більш аналітичного процесу, що включає: видалення неінформативного тексту, заміну текстової інформації на графічну та інше. Зараз наука редагування пішла далеко вперед і перейшла на новий рівень, під яким ми розуміємо комп'ютерне редагування. Перш за все хочу відмітити, що будь-яка програма для виправлення тексту не в змозі досконало відредагувати його, тому редактор повинен контролювати виправлення.

Автоматизоване редагування може включати в себе безліч різних програм:

- програми для перевірки правопису – можуть бути вбудовані в текстовий редактор або існують як окремі спеціалізовані програми;
- програми для редагування розділових знаків – також можуть вбудованими в текстовий редактор чи існувати окремо;
- програми для керування термінологією, які дають авторам змогу керувати своєю власною термінологічною базою в електронній формі. Це може бути створена в текстовому редакторі звичайна таблиця, електронна таблиця, а також база даних, збудована у програмі на кшталт FileMaker Pro. Для більш трудомістких (та більш дорогих) рішень існує спеціальне програмне забезпечення на кшталт LogiTerm, MultiTerm, Termex;
- програми конкордансу(це такий особливий тип словника, в якому кожне слово або поняття розташовані в алфавітному порядку з мінімальним контекстом і всіма випадками вживання у цьому тексті, список слововживань з відсиланнями до всіх контекстів), які дають змогу шукати приклади слів або висловів у поширеному контексті в одномовному, двомовному та багатомовному корпусах;
- майже повністю автоматичні системи, що дають користувачеві змогу вносити поправки в сумнівних випадках. Іноді такі програми називають машинним редагуванням за участю людини.[1]

Виробники таких комп’ютерних програм у боротьбі за потенційного споживача, постійно удосконалюють свої продукти, намагаючись представити більш ширший спектр функцій для редагування інформації та зручний інтерфейс користування. Компанія Adobe, випустивши в середині 80-х років минулого століття перші версії програми верстки для PC і QuarkXPress для Macintosh не могла й підозрювати, що її конкурент Microsoft через короткий проміжок часу своїм Windows практично витіснить свою попередницю, принаймні в Європі. Перші українські верстальники, добре освоївши Ventura Publisher, незабаром добровільно переходили на Windows,

оскільки ця програма для них виявилася потужнішою і зручнішою. [2;с.144]

Програма текстового редактора Microsoft Word справді має унікальні можливості. Найперше вони спрямовані на виявлення в тексті помилок орфографічного характеру: наявний у пам'яті комп'ютера словниковий запас дає можливість зіставляти набрані слова з існуючими в базі даних. Неправильно набране слово або таке, якого немає в словниковому запасі, буде підкреслене червоною хвилястою лінією — сигнал для редактора звернути на нього увагу. Виділивши курсором підкреслене слово, програма запропонує редакторові варіанти його заміни. У багатьох випадках помилкове натиснення складальником клавіші з якоюсь іншою літерою в слові, набрану після крапки або з власної назви малу літеру комп'ютер виправить самостійно (зауважмо відразу: далеко не всіх, а лише найбільш типових).

На портативних пристроях допомогти редагувати текст допоможе функція під назвою Т9. Під час друку вона наводить декілька варіантів ще недописаного слова, тим самим скорочує час написання тексту.

Для українських видавців, які працюють здебільшого з українськомовними текстами, група фахівців київської фірми ПроЛінг розробила 1995 року досить ефективну і зручну програму мовного контролю тексту, що набирається на комп'ютері. Називається вона також по-українськи — "РУТА". Можливості цієї програми:

- перевірка правопису і виправлення орфографічних та пунктуаційних помилок;
- здійснення граматичного контролю за узгодженістю слів;
- виявлення стилістичних вад тексту;
- пропозиція синонімічної заміни із наявного в програмі словника.

За правильного вибору мови та наявності вказівки "перевіряти правопис" засоби перевірки з цієї програми будуть автоматично використовувати доступний словник.[3, с.52]

Та так система редагування текстів має певні недоліки. Оскільки машина не в змозі логічно мислити, то виправленням підлягають лише слова, які є в тезаурусі вашого текстового редактора. Тобто слово *бриф,*

яке активно використовується в журналістиці і означає вихідні дані для розробки фірмового стилю, буде підкреслене червоною хвилястою лінією, так як цього слова у словнику програми немає. Тому редактор за уважного читання чи звіряння тексту з оригіналом може легко віднайти відповідники правильних слів у фразах. Тому недосвідчений редактор, лінуючись заглянути у словник і довіряючи техніці, свідомо множить нові помилки у виданні.

Таким чином, природне чуття мови, стилістичні відтінки слова, гнучкість синтаксичних конструкцій, а значить і доречність тих чи інших пунктуаційних знаків може збагнути тільки людина — машина в цьому плані не витримує конкуренції. Отже, комп'ютер може тільки суттєво допомогти коректору.

Список використаних джерел

1. Редактор і комп’ютерні засоби контролю правопису [Електронний документ] // Житомирський державний ун-т ім. І. Франка. – 2012. – Режим доступу : http://www.studall.org/all-104761.html

2. Крайнікова Т. С. Коректура [Текст]: навч.посібн./ Т.С. Крайнікова. – 2-е вид., перероб. – К.: Київський університет, 2005. – С. 114.

3. Тимошик М. С. Особливості редагування текстів за допомогою комп'ютерних програм[Текст] / М. С. Тимошик. – Друкарство. – 2005. – Т. 5. – С. 52-56.

Александр Выходец
Одесский политехнический национальный университет
Одесса,Украина

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Аннотация. *Математический анализ не просто применять в социальных науках.Использование математики имеет ряд особенностей.Особенное значение имеет вопрос измерения. Измерение должно быть операционным.*

Ключевые слова: *анализ, величина, індикатор, объект,математика, методы, наука,свойства стратегия,черты*

Анотація: *Математичний аналіз не просто застосовується в соціальних науках.Використання математики має ряд особливостей.Особливе значення має питання вимірювання. Вимірювання повинно працювати операційно.*

Ключові слова: *аналіз, величина, властивості, ндікатор, об'єкт, математика, методи, наука,властивості стратегія,риси*

Abstract: *The mathematical analysis does not simply apply in the social Sciences.The use of mathematics has a number of features.Of particular importance is the question of measurement. Measurement should be operating.*

Key words: *analysis, indicator, features, object, properties,math, methods, science,properties, size,strategy*

Нередко оказывается, что математический анализ, разработанный и интерпретированный в контексте естественных наук, является недостаточно адекватным при его применении в социальных науках. Есть и другие особенности применения математики в социальных науках, общие черты которых могут быть описаны через степень метризации объектов и их свойств, усиление роли качественного анализа.

Однако, использование математики в социальных науках обладает и присущими только им особенностями, которые нельзя

свести и характеристикам математических методов, используемых в других науках.

Это прежде всего проблема измерения. В социальных науках и других общественных науках она стала совсем по-иному, нежели в естественных науках. В естественных науках эта проблема формируется следующим образом. Реальный объект характеризуется «совокупностью наблюдаемых» свойств – массой, длиной, объемом, плотностью.

Величина этих свойств может быть выявлена соответствующими эмпирическими процедурами, используемыми в том или ином методе измерения: взвешивание объекта на весах, сравнение длины объекта с длиной стандартного стержня и т.д. Как результат таких операций имеем операциональное определение соответствующего наблюдаемого свойства реального объекта.

При переходе к идиализированому объекту последний описывается теми же свойствами. Но эти свойства относятся уже не к реальному объекту, а к гипотетическому. Такой идеальный объект может характеризоваться в модельном описали как обладающий «точечной массой», т.е. массой, сосредоточенной в математической точке [1] .

Эти «ненаблюдаемые» свойства идеального объекта, участвующие в формулировании теоретических законов, используемых для объяснения и предсказания поведения реальных объектов, в принципе не могут быть выражены в терминах эмпирических операций. Стандартные эмпирические процедуры измерения массы, длины и др., примененные к реальному объекту – прототипу соответствующего теоретического объекта, приводят не к операциональному определению того или иного свойства теоретического объекта, а к эмпирическому индикатору этого ненаблюдаемого объекта.

В социальных науках также существуют и теоретические, и реальные объекты. Но здесь нет взаимно однозначного соответствия между «ненаблюдаемыми» свойствами теоретического объекта и «наблюдаемыми» свойствами реального объекта таким свойством индивидов и групп, изучаемым в социологии, как психологический

климат коллектива, социальная установка и способность или интеллект индивида, не соответствуют однозначно никакие «наблюдаемые» идентичные свойства. Поэтому задача состоит в том, что бы путем выявления эмпирических проявлений этих свойств (вербального или не вербального «наблюдаемого» поведения индивидов), получить эмпирические индикаторы соответствующих «ненаблюдаемых» свойств. Отсюда и трудности, связанные с обоснованием данного метода измерения. Эти трудности являются причиной того, что основным критерием обоснованности полученного посредством эмпирических процедур индикатора некоторого латентного свойства является его «внешняя обоснованность», в смысле адекватного предсказания некоторого внешнего критерия.

Другой особенностью применения математики в социальной науке является сложность и системность изучаемых объектов. В таком объекте вместо линейных, однонаправленных причинно-следственных связей, характерных для более простых объектов естественных наук, возникает, более сложная, существенно нелинейная структура взаимосвязей, в которой «все связано со всем» через петли положительных и отрицательных обратных связей.

Поэтому бесперспективны попытки разработки теоретических простых гипотез, предполагающих линейную взаимосвязь двух переменных. Неадекватность таких гипотез состоит в игнорировании других существенных переменных, включенными в исследуемую связь. Экспериментальный контроль позволяет предсказать экспериментальные факторы и не более. Выход состоит в разработке системных моделей социально-психологических процессов, моделей, не игнорирующих важные для данного процесса связи и использующих существенная ориентация ведет к стратегии разработки машинных моделей.

Однако основное различие между математикой естественных наук и математикой социальных наук связано со специализацией динамических законов в неживой и живой природе и в частности в человеческом обществе. Как известно, все динамические процессы в неживой и живой природе основаны на законах сохранения. Основными законами физики являются законы сохранения массы,

энергии, импульса и др. Законы такого рода и определяют в главном математическую модель того или иного динамического процесса.

На более высоком уровне организации математики – уровне начинает действовать новые, специфические законы сохранения. При этом законы, описывающие организацию материи более низкого уровня, сохраняет свою силу, но их роль в детерминации биологических процессов отходит на второй план. Собственно не они являются теми исходными теоретическими принципами, на которых можно логически вывести математические модели определенных жизненных процессов. На этом уровне динамику процесса определяют принципы гомеостазиса, т.е. тенденции системы к сохранению своей устойчивости на основе обратной связи, возникшей в популяции или в отдельном организме в ответ на внешнее возмущение, нарушающее устойчивость состояния системы.

Эта обратная связь в социологических схемах имеет характер простого рефлекса. Она может быть однозначно определена и включена в математическую модель процесса.

В отличие от целесообразности поведения биологических систем поведение социальных систем имеет целенаправленный характер. В таких системах принципы стремления к устойчивости, их адаптация к внешнему воздействию сохраняют силу, но имеют уже другой смысл и являются более сложными и неопределёнными (неоднозначными), поскольку «управление» осуществляется самими субъектами. Сами субъекты принимают решения в зависимости от своих целей, ценностей, мотивов, личностных характеристик, информированности [2] и т.д.

В таком случае проблемой являются:

1) Разработка математических моделей динамических процессов, имеющих существенно нерефлексивный характер;

2) Разработка моделей, учитывающих конфликты целей, интересов, мотивов участников данного процесса.

Иногда возможна формализация динамического социального процесса как процесса без управления или как «рефлексного» процесса однозначно определенными обратными связями. В случае такой концептуализации процесса происходит абстрагирование,

игнорирование как несущественных индивидуальных целей, интересов отдельных участников. Внимание сосредотачивается на выявлении закономерностей высокого уровня общности как устойчивых тенденций в динамики процесса. Обоснованность таких моделей, проверка их эмпирической адекватности, объяснительной силы и качества предсказания может быть чрезвычайно сложной.

В настоящее время в социологии имеет место направление по разработке математических моделей структур малых групп, исходные принципы которого берут начало в концепциях баланса взаимности и транзитивности межличностных отношений. Такие математические модели групповых структур направлены также на выявление определенных тенденций. В них постулируется, что независимо от особенностей индивидов, входящих в данную группу, диапазон допустимых структур ограничен определенными типами, удовлетворяющими соответствующим принципам баланса. Это значит, что вполне определенная структура психологических, эмоциональных отношений в этих группах имеет наибольшую вероятность осуществиться, тогда как другие типы структур этими принципами «запрещены». В этом смысле принципы баланса выражающие основные тенденции процесса, аналогичны физическим законам, ограничивающим «движение» объектов определёнными допустимыми траекториями, а также и принципам биологического гомеостаза. В этих моделях динамика групповой структуры осуществляется в направлении взаимности выбора, разделения на подгруппы, внутри которых имеют место положительные взаимоотношения, а между ними – отрицательные. Кроме того, триады индивидов проявляют тенденцию к транзитивности своих отношений.

Адекватные математические модели социальных процессов, принимающие во внимание субъективные факторы, отражающие специфические цели субъектов как членов группы, только начинают разрабатываться.

Анализ этих работ позволяет выделить следующие направления разработок:

1) Ориентация на модификацию и расширение классической теорий с целью адаптации для практического применения в решении

конфликтов индивидуальных и групповых целей, ценностей, мотивов, интересов.

2) Другое направление в моделировании изучаемых социальных процессов развивается в контексте эксперимента, где анализируются различные типы структуры ситстем факторов с целью выработки некоторой теоретической схемы, могущей объяснить экспериментальные результаты. В основном рассматриваются небольшие группы участников с полным или частичным конфликтом интересов.

Литература

1. Виходець О.М. Засади культури організації:- Одеса;-Олтех;-2008;-140 с.

2. Vykhodets A. The conntction information of the plot winh spiral information- Issue of correlation between individual and collective needs…London, United Kingdom Issue of correlation between individual and collective needs…-London, United Kingdom, Iashe,2017,P.129-131

Наталя Ткачук, Владислав Архіпов
Одеський національный політехнічний університет,
Одеса, Україна

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСІБНИКІВ У НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ

У статті розглянуто тлумачення поняття «електронний посібник», наведено переваги електронної освіти, виділено безперечні переваги використання електронних посібників у навчальних закладах України, а також розглянуто приклади створення мультимедійних електронних посібників з різних предметів, які вивчаються не лише в загальноосвітніх школах, а й у вищих навчальних закладах.

Ключові слова: *електронні засоби навчання, інформаційно-комунікаційні технології, електронний посібник.*

В статье рассмотрено толкование понятия «электронное пособие», приведены преимущества электронного образования, выделены бесспорные преимущества использования электронных пособий в учебных заведениях Украины, а также рассмотрены примеры создания мультимедийных электронных пособий по различным предметам, которые изучаются не только в общеобразовательных школах, но и в высших учебных заведениях.

Ключевые слова: *электронные средства обучения, информационно-коммуникационные технологии, электронное пособие.*

The article deals with the interpretation of the concept of «electronic textbook», gives the advantages of e-education, the undoubted advantages of using electronic textbooks in educational institutions of Ukraine are highlighted, as well as examples of creation of multimedia electronic textbooks on various subjects that are studied not only in secondary schools but also in higher educational institutions.

Key words: *electronic teaching aids, information and communication technologies, electronic textbook.*

У наш час трудова діяльність людини все більше набуває ознак інтелектуалізації, причому вміння і навички кожного суб’єкта є

незмінною складовою під час роботи з інформаційно-комунікаційними ресурсами. Переважним видом діяльності є глобальний процес інформатизації суспільства, де на передній план виходять передача й зберігання інформації сучасними комп'ютерними і комунікаційними засобами.

Наприкінці XX ст. персональні комп'ютери почали вироблятися у великих кількостях, і їх могла придбати майже кожна людина. Технічні характеристики цих персональних комп'ютерів постійно покращувалися, що зумовило стрімке збільшення темпів розвитку новітніх технологій. Але щоб і надалі підвищувався рівень розвитку людства в цілому, потрібно вчитись для того, щоб уміти зробити це якісно і без шкоди для навколишнього середовища. Саме тому можемо сказати, що все розпочинається з учнів і студентів, де головною необхідністю є створення якісних і зручних умов для їхньої освіти.

В еру модернізації економіки країни суттєвих змін потребує освітній процес, який завжди має йти в ногу з часом. Використання інноваційних технологій в освітньому процесі можна вважати двигуном соціального розвитку й економічного зростання. Варто зазначити, що в наш час головною умовою є володіння сучасними інформаційно-комунікативними технологіями. Як показує аналіз ринку праці, зараз досить затребуваними є висококваліфіковані спеціалісти, які можуть працювати в умовах новітніх технологій, опановувати й активно втілювати їх у практику.

Аналіз останніх досліджень. Протягом останніх років активно вивчали питання інформатизації загальноосвітньої й вищої школи В.Ю. Биков, М.І. Жалдак, Н.В. Морзе, О.В. Овчарук, О.М. Спірін та ін., дослідженням використання засобів і ресурсів інформаційних технологій у навчальному процесі займалися В.Ю. Биков, А.М. Гуржій, М.І. Жалдак, Н.В. Морзе, О.В. Співаковський та ін.; процес створення і використання електронних посібників розглядали Т.М. Валецька, Н.В. Василенко, С.І. Вербицька та ін., дидактичні можливості електронних посібників досліджували І.Л. Голуб, О.Е. Жосан, Н.Т. Тверезовська.

Метою статті є обґрунтування необхідності використання електронних посібників у вищих і загальноосвітніх навчальних закладах України.

Одним із найголовніших інструментів розвитку інформаційного суспільства є електронна освіта, яка сприяє швидкому і змістовному оновленню форм і засобів, технологій та методів навчання; а також формуванню в учнів і студентів навичок сьогодення.

До безперечних переваг електронної освіти можна віднести:

1) економію часу;

2) пришвидшення запам'ятовування навчального матеріалу на 15–25% (порівняно зі стаціонарними формами навчання);

3) можливість навчання в будь-якому темпі, але зручному для учня чи студента, у будь-який час;

4) доступність навчання для всіх категорій учнів і студентів;

5) можливість повертатися до попереднього матеріалу, який не зовсім зрозумілий, необмежену кількість разів [1, 16].

Розробка і затвердження положення про електронні освітні ресурси (наказ МОНМС України від 01.10.2012 р. №1060) [2] є одним із найважливіших кроків на шляху до електронного навчання. Згідно з даним положенням, електронні освітні ресурси − «це навчальні, наукові, інформаційні, довідкові матеріали і засоби, розроблені в електронній формі і представлені на носіях будь-якого типу або розміщені у комп'ютерних мережах, які відтворюються за допомогою електронних цифрових технічних засобів і необхідні для ефективної організації навчально-виховного процесу, у частині, що стосується його наповнення якісними навчально-методичними матеріалами» [2].

Отже, можна зробити висновок, що навчальний контент електронної освіти складається з підручників, лекцій, практичних завдань, тестів тощо (як і в традиційній освіті), але в даному випадку він представлений в електронному вигляді [1, 17].

У сучасних освітніх закладах спираються на комп'ютерний супровід професійної діяльності. Програми стосовно навчання і тестування з різних дисциплін є невід'ємною частиною навчального процесу. З використанням мультимедійних засобів на заняттях підвищується не тільки інтерес учнів і студентів до майбутньої

спеціальності, а й їх успішність з даної дисципліни. Мультимедійні засоби, що обов'язково включають навчальні комп'ютерні програми й електронні підручники, завжди надають можливість будь-кому, незалежно від рівня його знань і підготовки, брати активну участь у навчальному процесі, індивідуалізувати його і здійснювати самоконтроль

У 90-х рр. минулого століття було відкрито зовсім нові можливості для створення електронних навчальних засобів за допомогою гіпертекстової технології. Ця технологія є сукупністю різноманітних даних, що можуть знаходитись не лише в різних файлах, але й на різних ПК. Залежно від дидактичної мети електронні засоби навчання можуть бути орієнтовані на формування і закріплення знань, узагальнення і формування умінь, удосконалення знань, умінь і навичок, контроль рівня знань тощо.

Запорукою успішного навчання є якісні підручники. Наприклад, на сьогоднішній день кожен учень чи студент протягом одного навчального року використовує близько 50 навчальних посібників. В Україні нараховується близько 8 млн. учнів і студентів, які, зазвичай, беруть знання з книжок.

У 1971 Майкл Штерн Харт, який був американським автором-винахідником електронних посібників, створив перший такий посібник, вирішивши завантажити в комп'ютер декларацію незалежності США. Також він є засновником Проекту «Гутенберг», завдяки якому було зроблено електронні посібники вільно доступними через Інтернет. Більшість перших матеріалів він надрукував і розмістив особисто.

Під поняттям «електронний посібник» розуміють програмно-методичний комплекс, що призначений забезпечувати можливість учням і студентам самостійно (чи з допомогою вчителя, викладача) засвоїти навчальний матеріал (курс у цілому або його окремий розділ) [3]. Такий програмний продукт має створюватися з вбудованою структурою, словниками й обов'язково з можливістю пошуку.

Електронні посібники навчального призначення будуються за модулями, а також містять у собі текстову або аудіо частину, графічні та схематичні зображення, таблиці, відеозаписи, анімації,

інтерактивний блок. При цьому використання анімації дозволяє максимально візуалізувати складні процеси, схеми та явища. Усе це дозволяє зробити навчальний процес як у загальноосвітніх, так і у вищих навчальних закладах, дуже захоплюючим і яскравим, що в кінцевому підсумку є продуктивнішим.

Електронні підручники і посібники мають низку переваг. До них можна віднести автоматизацію зберігання даних; практично необмежений обсяг інформації. Варто відзначити, що структурованість, зручність та наочність матеріалу в посібнику реалізуються шляхом використання гіпертексту. Учень чи студент має змогу не лише «гортати» сторінки, а сам може керувати процесом видачі та прийняття матеріалу.

Використання таких посібників значно спрощує сам освітній процес, оскільки вони доповнюють звичайний підручник, також забезпечують майже миттєвий зворотний зв’язок; дозволяють працювати в індивідуальному режимі, допомагають досить швидко віднайти необхідні дані; дозволяють значно економити час у разі багаторазових звернень до гіпертекстових пояснень [4, 45].

Електронний посібник можна також використовувати як засіб електронного чи дистанційного навчання, реалізуючи принципи самостійності, активності, поєднання колективних й індивідуальних форм навчання, зв’язку теорії з практикою. Завдяки електронному посібнику можна індивідуалізувати підхід до студента й учня, контролювати студентів і учнів із діагностикою помилок; забезпечити самоконтроль навчальної діяльності учня і студента; візуально демонструвати навчальний матеріал, а також підвищити мотивацію навчання [5, 46].

Ще одну перевагу електронних посібників можна визначити як їх доступність: досить легко можна збільшити наклад за допомогою гіперпосилання для скачування з мережі Інтернет, пересилати за допомогою мережі або електронних поштових скриньок, копіювати з комп’ютера на зовнішній запам’ятовуючий пристрій. Тому електронні посібники можна копіювати безліч разів, а за бажанням можна друкувати необхідний діапазон сторінок.

Також можна використовувати можливості Інтернету для пересилання результатів вивчення певної теми, у цілому модуля чи всього курсу загалом (у випадку заочного навчання в університетах).

Безперечною перевагою електронних підручників є те, що в скрутних умовах нинішнього економічного становища в країні, сільські та міські школи майже не забезпечуються новими навчальними матеріалами, а вищі навчальні заклади мусять шукати вихід з такої ситуації власними силами. Як можна, наприклад, вивчати чи то історію України, чи то математичний аналіз, маючи під руками лише підручник 70-х років минулого століття? Тут дані не тільки будуть трішки застарілі, але й м'яко кажучи − не актуальні. Саме в такій ситуації безперечно приходять на допомогу електронні підручники.

У використанні електронних посібників дуже важливим моментом є те, що такі посібники мають різну структуру і можуть включати в себе різноманітні навчальні засоби, зокрема перевірку знань засобами тестування для переходу на наступну тему вивчення. Наприклад, коли студент чи учень знаходиться на лікарняному чи на домашньому навчанні, то пройшовши певну тему чи підтему, йому не потрібно йти в школу чи університет і здавати матеріал вчителю або викладачеві. Для цього йому лише потрібно пройти запропоноване тестування, і якщо його знання будуть достатніми для переходу на наступну тему, електронний посібник сам надасть доступ до відповідного розділу, запам'ятавши результати оцінювання для подальшого виведення загальної оцінки. Пройшовши весь модуль чи розділ, електронний посібник заносить загальний результат проходження проміжних тестувань у пам'ять і за потреби учень чи студент подає його педагогу. Для викладачів це також є перевагою – адже не потрібно в такому випадку задавати додаткові завдання і витрачати час на їх перевірку, комп'ютер сам видасть той чи інший результат.

Важливим ще є також і те, що є можливість під час створення посібника зробити його не лише «копією текстового варіанту», але й зробити його цікавим для дітей, мультимедійним, можна візуалізувати деякі процеси. Наприклад:

- для шкільного підручника з географії можна створити елементи відео з визначними місцями тих чи інших країн, їх ландшафти тощо;
- для шкільного підручника з фізики можна створити віртуальний фізичний експеримент, що є досить актуальним для сільських шкіл, де прилади не оновлювались декілька десятків років і школи не мають можливості закупити дорогі матеріали для проведення дослідів;
- для університетського підручника з конструктивної геометрії можна створити відео з прикладами геометричних побудов, де досить чітко показати всі ключові моменти, що є також і актуальним для шкільного курсу геометрії;
- для всіх підручників є можливість створювати і використовувати дидактичні ігри, які покращують і розвивають позитивні якості учнів і студентів;
- надається можливість завантажувати додатково, до розділу, параграфу, документальні фільми, для ще кращого засвоєння матеріалу;
- для підручника з іноземної мови можна створювати або завантажувати програму орфографії та перекладу і працювати разом з нею, під час навчання, і не використовувати її під час актуалізації знань з використанням уже раніше створених викладачем тестів.

Цей список можна продовжувати і продовжувати, його можна зробити нескінченним, адже можливості електронного підручника значно ширші ніж друкованого.

Тому можна зробити висновок, що використання електронних підручників у вищих і загальноосвітніх навчальних закладах є просто необхідним, оскільки усі перелічені можливості сприяють не тільки кращому сприйняттю матеріалу, але і його засвоєнню, бажанню вивчати щось нове, а також перевіряти свої знання одразу після вивчення певної теми, не виходячи з дому. Варто зазначити, що створення в будь-кому навчальному закладі для кожного окремого предмету електронного посібника значно підвищило б рівень зацікавленості до дисципліни, рівень засвоєних знань, розширило вибір засобів навчання у вищих навчальних закладах. Окреслена проблема дає підставу стверджувати, що використання електронних посібників у навчальних закладах є одним із пріоритетних напрямків

досліджень, а також ця тематика й надалі буде актуальною і вимагатиме подальших наукових досліджень.

Література

1. Пушкарьова Т.О. Електронна освіта і її розвиток в Україні / Т.О. Пушкарьова, О.М. Мельник // Комп'ютер у школі та сім'ї. . − 2013. − №3. − С. 16–17.
2. Про затвердження Положення про електронні освітні ресурси. Наказ МОН молоді і спорту від 01.10.2012 р. №1060 [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http://document.ua/pro-zatverdzhennja-polozhennja-pro-elektronni-osvitni-resurs-doc117040.html − Назва з екрана.
3. Методика підготовки та створення електронного посібника [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http:// www.zippo.net.ua/index.php?page_id=546 − Назва з екрана.
4. Путій Т.М. Шкільна мовна освіта в контексті розвитку електронних засобів навчання / Т.М. Путій // Комп'ютер у школі та сім'ї. − 2012. − №3. − С. 43–46.
5. Дем'яненко В.М. Методичні рекомендації щодо добору і застосування електронних засобів та ресурсів навчального призначення / В.М. Дем'яненко, Г.П. Лаврент'єва, М.П. Шишкіна // Комп`ютер у школі та сім`ї. – 2013. − №1. – 2013. – С.44 – 48.

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ТЕХНІКО-ОРІЄНТОВАНОМУ СВІТІ

Анастасія Крайнюк
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА КАТАЛОГІЗАЦІЇ

Розглядається сутність процесу каталогізування, як визначної складової бібліотечної діяльності. Окреслюються межі поняття «систематизація» з метою уникнення полісемії.

Ключові слова: *каталогізування, бібліотечний каталог, систематизація.*

Рассматривается сущность процесса каталогизации, как выдающейся составляющей библиотечной деятельности. Определяются границы понятия «систематизация» во избежание полисемии.

Ключевые слова: *каталогизация, библиотечный каталог, систематизация.*

The essence of the cataloging process as an important component of library activity is considered. The boundaries of the notion of "systematization" with the aim of avoiding polysemy are outlined.

Keywords: *cataloging, library catalog, systematization.*

Невід'ємним етапом будь-якої діяльності є чітке розуміння її сутності, змісту, мети та процесів, які вона включає. Сучасний зміст поняття «каталогізація» зазнав істотних впливів, і вони тим більші, чим розвинутішими є технології тієї чи іншої країни. Що яскраво відображається в розумінні процесу каталогізації в українській та американській бібліотечній практиці. Дослідженню даного питання присвячена робота Н. В. Стрішенець «Поняття “каталогізація” у компаративному контексті», в якій відзначено, що американські фахівці розглядають каталогізацію як полісистемний процес. На основі аналізу низки визначень, автор розкладає каталогізацію на окремі елементи:

- створення бібліографічного опису;
- обрання певних авторів та назв, що служитимуть точками доступу до опису у каталозі;
- встановлення авторитетної (уніфікованої) форми цих авторів та назв;
- упорядкування заголовків та бібліографічних описів;
- проведення аналізу змісту видання;
- вибір та присвоєння предметних рубрик;
- присвоєння індексів класифікації;
- визначення шифру зберігання, зазвичай додаванням авторського знака Кеттера до індексу класифікації;
- фізична підготовка видання для розміщення його на полиці (наклеювання шифру, книжкового формуляра) [5, 16].

Тобто, обсяг поняття «каталогізація» у сучасному американському бібліотекознавстві включає набагато більшу кількість процесів, які становлять його зміст.

За ДСТУ 7448:2013, каталогізування – це сукупність процесів, що забезпечують створення та функціювання бібліотечних каталогів [1, 24]. Концентрується увага саме на каталогах, як на результаті діяльності, заради якого й активується процес. Центральне поняття – «каталог (бібліотечний) – упорядкована сукупність каталогових бібліографічних записів про документи, що є у фондах однієї бібліотеки, її частини чи кількох бібліотек, яка розкриває склад бібліотечних фондів за формальними ознаками документів (автором, назвою, місцем видання) та/чи їхнім змістом (за галузями знань або предметами)» [1, 17].

Каталогізація ж в ДСТУ 5034:2008 визначена, як «підготовлення каталогових записів та супровід каталогу» [3, 9]. «Каталоговий запис (каталожний/каталогізаційний запис) – множина елементів, що містить бібліографічний запис та шифр зберігання, приписаний відповідно до правил, прийнятих у даній організації» [2, 13-14]. Перше визначення висвітлює сутність процесу через основне поняття та точно окреслює завдання, які постають перед фахівцем.

Каталогізування охоплює такі етапи:

1. Бібліографічне опрацювання документів.

2. Уведення даних або тиражування каталогових карток.
3. Робота з каталогами (укладання, ведення та редагування каталогів).

Невід'ємною складовою процесу каталогізації є систематизація, оскільки індексування та організація бібліотечного каталогу здійснюються саме засобами систематизації документів. Для розуміння закономірностей даного явища, в першу чергу, слід чітко розмежовувати поняття «систематизація» та «систематизування». «Систематизування – надання класифікаційного індексу документу відповідно до його змісту за певною класифікаційною системою» [1, 23]. Систематизація, в традиційному розумінні, – це процедура об’єднання, зведення груп однорідних за деякими ознаками елементів (параметрами, критеріями) до певної ієрархічної єдності з функціональною метою на основі існуючих між ними зв’язків.

Початок третього етапу каталогізування – робота з каталогами – передбачає виокремлення ключових ознак, які є характерними для певної групи документів та на їх основі приведення документів до єдиної структурної та ієрархічної системи. Відбувається обробка інформації (завершення образів; розкриття причинно-наслідкових зв'язків; визначення співвідношення головного і другорядного; встановлення подібності та аналогічності тощо), в результаті чого хаотична розрізнена інформація набуває певного порядку і завершеної форми. Отже, виходить, що процес систематизування слідує за систематизацією.

Кожен бібліотечний каталог будується на основі певної класифікаційної системи зі своїми характерними структурними особливостями, на позначення яких виокремлюють поняття «систематичний» та «систематизаційний». «Систематичність характеризує організацію інформаційних даних як систему, що виражає процес повторення елементів і цим самим вибудовує певну структуру, забезпечуючи її структурність, що властива системам систематичної організації. Систематизаційність характеризує систему як таку, що складається з ієрархічного набору елементів, коли зв’язки між ними виражають підпорядкованість один одному» [4, 9].

Отже, склад каталогів бібліотеки визначається процесами, в результаті яких він формується, які, в свою чергу, встановлюються особливостями класифікаційної інформаційно-пошукової мови. Таким чином, від типу використаної в процесі каталогізування класифікаційної системи, залежить якість та повнота відображення складу та змісту фонду бібліотеки, що ще раз підтверджує значимість систематизації під час каталогізації.

Література

1. Бібліотечно-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять [Текст] : ДСТУ 7448:2013. – [Чинний від 2014.07.01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. – 41 с.

2. Інформація та документація. Комплектування фонду, бібліографічний опис, аналіз документів. Терміни та визначення [Текст] : ДСТУ 2394:94. – [Чинний від 1995-01-01]. – Вид. офіц. – Київ : Держстандарт України, 1994. – 89 с.

3. Інформація та документація. Науково-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять [Текст] : ДСТУ 5034:2008. – [Чинний від 2009-01-01]. – Вид. офіц. – Київ : Держспоживстандарт України, 2009. – 38 с.

4. Сербін О. О. Систематичність та систематизаційність організації інформації – основні принципи відображення наукового знання в межах каталогу сучасної бібліотеки [Текст] / О. О. Сербін // Бібліотечний Вісник, 2012. – № 2. – С. 3-10.

5. Стрішенець Н. В. Поняття «каталогізація» у компаративному контексті [Текст] / Н. В. Стрішенець // Бібліотечний вісник, 2010. – № 4. –С. 15-26

Анжеліка Габовда, Маріанна Луца
Мукачівський державний університет,
Мукачево, Україна

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

На сучасному етапі розвитку людства надзвичайно важливими є дослідження соціальних комунікацій, які мають важливий вплив на всі сторони життя суспільства та окремої людини, тому що дозволяють здійснювати обмін інформацією, думками, почуттями в найрізноманітніших сферах людської діяльності.

Соціальна комунікація є дуже важливою і невід'ємною складовою суспільних відносин. Сьогодні суспільство розвивається дуже швидко. З'являються нові форми спілкування та комунікацій, засновані на соціальному та особистому партнерстві, конкуренції, основах рівності всіх громадян. Сучасне суспільство характеризується становленням та розвитком відкритого, цивілізованого світу.

За словами Н.І. Білан, сучасне комунікаційне суспільство характеризується постійним збільшенням та глобалізацією комунікацій. Кількість та якість комунікацій безперервно зростають, значна кількість людей залучається до комунікаційного процесу, взаємозв’язок між окремими комунікаціями стає тісним, зростає дія комунікацій, мережа яких досягла глобальних масштабів. Зростання комунікацій відкриває нові можливості, які звільняють людей від певних обмежень, систем соціального контролю та примусу, створюють нові засади особистої репрезентації.

Соціальні комунікації наприкінці XX ст. стали предметом дослідження різних наукових шкіл, зокрема у таких сферах: соціології, психології, політології, культурології, філософії, документалістики, інформатики, журналістики, теорії реклами тощо.

У дослідженнях соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві розглянуто лише окремі аспекти цього складного явища, серед них варто назвати праці таких західних науковців, як: Л. Бейкера, В. Бадда, С. Верби, Г. Лассуелла, Е. Масуди, російські теоретичні й практичні дослідження А. Соколова, А. Леонтьєва, О. Гнатюк,

Ю. Буданцева, В. Сметани та окремі вітчизняні розробки В. Різуна, В. Іванова, Г. Почепцова, В. Шкляра, О. Зернецької, О. Холода, В. Бебика, Н. Костенко, Н. Зражевської, Л. Верецької, О. Курбана, Є. Романенка та ін. Водночас аналіз минулої та сучасної наукової думки засвідчив відсутність комплексних досліджень у вітчизняній науці про соціальні комунікації, тому системний аналіз зазначеної проблематики є важливим для вітчизняної теорії та практики з питань соціальних комунікацій [2].

Соціальні комунікації утворюють середовище, яке постійно змінюється, тому відбувається руйнування старих та формування нових моделей соціальних комунікацій, що становить суспільну проблему, від якої залежить трансформація суспільних цінностей і становлення нової системи соціальних комунікацій в умовах глобалізації.

Процес соціальної комунікації відбувається під час багатостороннього й різнорівневого обміну соціальною інформацією (якщо в ньому бере участь людина, то процес набуває соціальності) між політичною, духовною та економічною сферами глобального суспільства, їх національними відповідниками.

Комунікативний процес являє собою необхідну передумову становлення, розвитку і функціонування всіх соціальних систем, тому що саме він забезпечує зв'язок між людьми та їхніми спільнотами, робить можливою зв'язок між поколіннями, накопичення і передачу соціального досвіду, його збагачення, поділ праці та обмін його продуктами, організацію спільної діяльності, трансляцію культури. Саме за допомогою комунікації здійснюється управління, тому вона представляє до всього наведеного вище і соціальний механізм, за допомогою якого виникає і реалізується влада в суспільстві [3].

В. Бебик у своєму дослідженні зазначає, що соціальні комунікації є своєрідним інформаційно-комунікаційним полем глобального суспільного життя, що має соціальний характер, поєднує всі компоненти суспільної сфери (політичні, економічні, духовні) та структурує відповідну суспільну (політичну, економічну, духовну) діяльність.

Автор визначає соціальну комунікацію як процес передавання, переробки та прийняття соціальної інформації, здійснюваний суб'єктами та об'єктами (глобальної чи національної) суспільної сфери [1].

В. Бебик виокремлює такі основні принципи соціальної комунікації:

• пріоритетність ознак і цінностей культури (ієрархія);

• рівні права всіх громадян на отримання інформації (демократія);

• наближеність до загальнолюдської культури, культури відповідної нації, етносу, конфесії, класу тощо (ідентичність);

• урахування глобальних та національних морально-етичних норм (мораль) [1].

Характер соціальної комунікації в суспільстві (глобальному чи національному), рівень її розвитку визначаються рівнем загальної культури відповідного суспільства, опосередковуються його цінностями й нормами. Але соціальна комунікація як засіб існування й передавання цінностей і норм культури теж визначає рівень культури суспільства та особливості функціонування суспільної сфери [2].

Отже, соціальні комунікації як засіб існування та передавання цінностей, норм культури формулюють рівень культури суспільства й особливості діяльності суспільної сфери.

Література

1. Бебик В. М. Глобальне інформаційне суспільство: поняття, структура, комунікації / В. М. Бебик // Інформація і право. – 2011. – № 1 (1). – С. 41–49.
2. Білан Н.І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві / Білан Н.І. // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т.56. – С. 171-175.
3. Луман Н. Коммуникация и действие / Н. Луман // Социальные системы. Очерк общей теории. – Спб., 2007. – С. 193–240.

УДК 004.032

Володимир Красиленко, Діана Нікітович
Вінницький національний технічний університет
Вінниця, Україна

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАУКОВОЇ ПУБЛІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇН СВІТУ ЗА ЇХ ІНТЕГРАЛЬНИМИ ПОКАЗНИКАМИ ТА ІНДИКАТОРАМИ ЦИТУВАННЯ В СВІТОВІЙ СИСТЕМІ SJR

Анотація: *Наведені результати порівняльного аналізу стану та динаміки наукової публікаційної активності та результативності країн світу на основі інтегральних щорічних показників та індикаторів цитування з системи SJR.*

Ключові слова: *інтелектуальний аналіз, наукова публікаційна діяльність, наукометричні показники, індекси цитування, рейтингове оцінювання, h-індекс.*

Аннотация: *Представлен анализ состояния и динамики научной публикационной активности и результативности стран мира на основе интегральных ежегодных SJR показателей и индикаторов цитирования.*

Ключевые слова: *научная публикационная деятельность, анализ, наукометрические показатели, индекс цитирования, рейтинговое оценивание.*

Abstract: *The analysis of the state and dynamics of scientific publication activity and effectiveness of the countries of the world is presented on the basis of integral annual SJR indicators and citation indicators.*

Keywords: *citation indicators, cluster analysis, scientific publication activity.*

Вступ, огляд публікацій. Для порівняльного аналізу результативності наукової публікаційної діяльності (НПД) у різних країнах світу та наукових напрямках чи їх галузях, визначення для них рейтингових місць, часток їх вкладу у цілісну картину світового наукового середовища, надання світовій спільноті інформації створені

та розвиваються світові системи, наприклад, Scimago Journal & Country Rank (SJR) [1] та їхні національні складові [2].

Оскільки одним з основних наукових продуктів є публікація (стаття в журналі, матеріали чи тези доповіді на конференції, монографія, патент, тощо), а для об'єктивного наукового оцінювання результативності, продуктивності НПД використовують низку науко-метричних показників (П): кількість публікацій (документів), індекси цитування, імпакт-фактори, як числові показники рівня наукового журналу та статей у ньому, то для забезпечення загальних та часткових потреб створені, створюються та функціонують універсальні, регіональні, дисциплінарні науко-метричні бази даних, серед універсальних такі як, Scopus, Web of Knowledge, Index Copernicus, Google Scholar, ResearchGate, та інші, а також представлені в Science Citation Index (SCI) і Journal Citation Reports (JCR) цитатні бази, що випускаються інститутом ISI у Філадельфії, США, та містять бібліографічні описи всіх статей з оброблюваних наукових журналів і відображають в основному публікації з фундаментальних розділів науки в провідних міжнародних і національних журналах. На основі показників цих баз визначають рейтинги науковців, країн, ВНЗ, установ, міністерств, наукових фахових видань, тощо [2].

Проте у всіх рейтингових таблицях, так і в SJR місця країн, журналів чи науковців ранг визначається за одним індикатором або послідовно за іншими при однаковості попередніх.

У SJR країни ранжуються за показником загальної кількості наукових публікацій за визначений період років, а для експертного оцінювання результативності діяльності вчених і дослідницьких колективів використовуються індекс Гірша чи йому подібні.

Але, хоч набір таких індикаторів суттєво і розширився, особливо в останні роки, представлені рейтинги базуються у вищевказаних системах на консолідованих абсолютних а не відносних показниках та не враховують їх взаємозалежність, впливовість на результуючу оцінку чи місце. А це призводить до необ'єктивного оцінювання, викривлення результатів і висновків. Вирішення цих проблем запропоновано нами у роботах [4-6] шляхом використання інтелектуальних інформаційних технологій (ІІТ), нейропакетів Excel

Neural Package, Neuro Pro для багатоаспектного групування та інтегрального визначення сукупного рейтингу країн, України на основі їх показників, індексів у SJR стосовно їх НПД.

Переваги нашого підходу, що дозволив ефективно здійснювати кластерний аналіз об'єктів із значною кількістю якісних та кількісних ознак і визначати впливовість факторів, були ефективно продемонстровані на обробці реальних даних, взятих з SJR та інших наукометричних баз, створили підґрунтя для прийняття оптимальних стратегій стосовно розвитку аналогічних систем в Україні так і науки в цілому та дали більш точний інструмент для висновків та пропозицій щодо покращення НПД та її продуктивності. Кластерному аналізу 200 країн світу за показниками їх НПД та індикаторів цитування, що представлені в SJR, присвячена робота [6], проте динаміка рейтингів країн та цих показників, особливо з урахуванням появи даних за останні роки, не досліджувалась.

Тому метою даної роботи є вивчення та аналіз динаміки НПД країн та її результативності для основних наукових галузей за період 2006-2016 роки на основі даних з SJR (за 2017 р. дані відсутні !).

Об'єктом дослідження є показники з SJR (станом на 01.03.2017) для вибраних країн, що взяті нами для експериментів, аналізу і демонстрації, такі як: загальна кількість (К) документів (Д), К цитованих Д, К цитувань та К самоцитувань, Н-індекс, та додатково розрахованих нами: К Д на 1 тисячу населення, середню кількість цитувань документа та відносні частки цитованих документів та самоцитувань.

Предметом дослідження є уточнення змін у кластерах групувань, аналіз НПД і показ переваг застосування ІІТ для визначення рейтингів країн та їх динаміки, виявлення тенденцій у динаміці показників НПД України та країн з лідируючих кластерів, пояснення їх причин та шляхів покращення наукових здобутків.

Виклад основного матеріалу та результатів аналізу. Вивчення та порівняння статистичних даних з SJR показало, що крім нововведених 2016 р., показники за попередні роки (станом на кінець 2015 р.), які і були використані у [6], зазнали коригування в сторону їх збільшення, що обумовлено коректними причинами часових затримок

процесів відстеження, збору та обробки даних. Ці зміни для всіх країн, важливих з точки зору мети та аспектів дослідження, виявились незначними для 1, 2, 5 (Н-індекс, принципово є кумулятивним!), 6 (К населення), 9 (частка цитованих Д), 10 (частка самоцитувань) показників (П). Середні значення відхилень за взяті останні 11 років всіх цих П майже для всіх країн не перевищують 2-4%, а коригування спричинило суттєві зміни лише 3-го (К цитувань), 4-го (К самоцитувань), 7-го (середня К цитувань Д), наприклад, для України приріст 3-го відповідно за 2006-2015 склав: 15, 17, 19, 22, 27, 35, 40, 67, 142, 575 %; приріст 4-го теж відповідно склав: 11,4, 12,7, 15,8, 18,5, 23,1, 29,1, 36,7, 62,8, 130,1, 516,1 %; а приріст 7-го: 13,9, 16,3, 17,9, 22,0, 26,3, 25,2, 39,3, 65,7, 136,9, 476,9 %.

Аналіз показав, що навіть ці зміни не призвели до відчутних змін 9-го (середнє відхилення на рівні сотих 1%, а максимальне 1,6% у 2015 р., абсолютне його значення коливається у межах від 93% до 99% з середнім 97%), 10-го П (частка самоцитувань за вищевказані роки зменшилась в середньому на 3%, хоч для більшості років, крім останнього (на 8,8%), вона зменшувалась на 2-4%, а її значення коливаються в межах від 24% до 33% з середнім 28%, але намітилась тенденція до її збільшення, хоч на нашу думку об’єктивні причини для цього відсутні!).

Таким чином, можна зробити наступні **висновки**:

1) На 7 з 10 вибраних П щорічні коригування відчутних впливів не дають,

2) Аналіз динаміки НПД доцільно робити окремо для груп показників, мало змінних (1-2, 6, 8-10) та змінних (3, 4, 5, 7) від коригувань, при цьому для першої групи бажано не враховувати 1 чи 2 останні роки, а для другої більш динамічної (кумулятивної) або враховувати значний вплив коригувань або виключати навіть більше 5 останніх років;

3) Оскільки на 70% вибраних з 10 П індикаторів для розбиття країн на кластери коригування не впливають, то, як і підтверджують наші експерименти, розподіл країн на 11 груп на уточнених інтегральних даних (станом на 01.03.2017) практично не відрізняється

від їх розподілу, отриманого за допомогою нейро-пакетів у [6], особливо для лідируючих угрупувань;

4) Тому для спрощення порівняльний аналіз динаміки НПД можна робити лише для окремих країн з типових вибраних представників кожного кластеру; 5) Виявлення річних тенденцій, трендів можливе, як традиційними статистичними методами та інструментами, так і за допомогою ІІТ та нейрон-пакетів.

Результати першого експерименту, в якому проводився поділ країн на 11 кластерів на уточнених даних за допомогою карт Кохонена нейропакету Excel Neural Package [3], у вигляді фрагменту результуючої таблиці (вікна пакету) з номерами і показниками визначених кластерів та їх місць показані на рис. 1 та у табл. 1, де номера кластерів впорядковані у відповідності до отриманої К балів та наведені їх центроїдні характеристики. Оскільки всі П є кількісними, то дані після округлень використовувались безпосередньо без спеціального кодування.

32	Monaco	1 436	1 322	24 908	2 882	69	31	19	47	92	12	A	3
33					Кластер А10								
34	Russian Federation	701 029	689 095	4 289 618	1 273 073	390	142 424	6	5	98	30	A	10
35	Brazil	598 234	573 988	5 036 027	1 699 530	379	204 260	9	3	96	34	A	10
36	Taiwan	491 560	477 442	4 790 230	1 075 153	331	23 415	10	21	97	22	A	10
37	Poland	431 016	418 917	3 491 958	901 545	371	38 562	8	11	97	26	A	10
38	Turkey	390 874	368 197	2 938 841	737 423	266	79 414	8	5	94	25	A	10
39	Iran	287 010	278 388	1 504 541	573 856	180	81 824	5	4	97	38	A	10
40	Czech Republic	213 209	206 738	1 867 611	440 161	294	10 645	9	20	97	24	A	10
41	Mexico	210 387	201 540	1 962 572	408 914	289	121 737	10	2	96	21	A	10
42	Portugal	189 052	179 134	2 096 242	407 892	297	10 825	12	17	95	19	A	10
43	Malaysia	153 378	148 844	670 387	183 198	165	30 514	5	5	97	27	A	10
44	Argentina	145 416	138 788	1 681 700	354 132	273	43 432	12	3	95	21	A	10
45	Hungary	136 034	130 299	1 660 840	264 809	301	9 898	13	14	96	16	A	10
46	**Ukraine**	**133 650**	**131 490**	**635 570**	**176 428**	**174**	**44 429**	**5**	**3**	**98**	**28**	A	10
47	Romania	125 576	122 884	619 956	153 395	167	21 666	5	6	98	25	A	10
48	Egypt	120 493	117 104	818 728	162 544	165	88 487	7	1	97	20	A	10
49	Chile	90 216	86 521	1 014 687	193 534	233	17 508	12	5	96	19	A	10
50	Pakistan	81 612	78 219	425 467	118 262	148	199 086	5	0	96	28	A	10
51	Slovakia	72 847	70 964	561 511	113 733	180	5 445	8	13	97	20	A	10
52	Croatia	72 110	69 675	459 356	97 694	177	4 465	7	16	97	21	A	10
53	Slovenia	64 483	62 170	611 672	115 616	189	1 983	10	33	96	19	A	10
54	Nigeria	53 298	51 223	272 400	61 408	115	181 562	5	0	96	23	A	10
55	Tunisia	51 590	49 230	276 247	60 183	109	11 037	6	5	95	22	A	10
56	Serbia	45 000	43 151	188 381	47 922	100	7 177	4	6	96	25	A	10
57	Lithuania	32 137	31 399	227 339	51 689	133	3 526	7	9	98	23	A	10
58	Estonia	25 458	24 479	313 735	55 005	162	1 265	13	20	96	18	A	10
59					Кластер А9								
60	Thailand	109 832	104 982	976 328	162 255	213	67 976	9	2	96	17	A	9
61	Saudi Arabia	91 460	87 643	547 187	99 352	164	27 752	6	3	96	16	A	9

Рис.1. Результати кластеризації (фрагмент вікна програми з виділеними в кластер А10 країнами (Україна !).

Центр кластеру	Кластери										
	A1	A3	A2	A4	A10(5)	A7(6)	A8(7)	A11(8)	A6(9)	A5(10)	A9(11)
X_1 - Documents	8 626 193	282 994	1 439 678	1 850	196 627	4 015	2 255	2 307 950	485	4 414	19 066
X_2 - Citable documents	7 876 234	265 435	1 352 490	1 734	189 995	3 729	2 155	2 257 142	405	4 089	18 362
X_3 - Citations	177 434 935	4 760 553	22 005 038	46 847	1 536 625	32 490	30 301	13 049 752	4 273	59 019	133 919
X_4 - Self-Citations	83 777 658	731 220	5 231 040	4 541	389 084	3 499	2 985	6 435 573	272	7 591	21 467
X_5 - H index	1 648	412	739	83,2	218	48,9	50,5	438	26,8	67	82,4
X_6 - Population (in thousands)	321 369	7 035	68 089	1 855	55 384	4 996	8 503	1 310 178	7 967	21 978	29 757
X_7 - V_Citations per Document	22,1	17,9	16,4	27,3	7,99	8,76	12,9	6,38	8,67	14,8	6,62
X_8 - Number of documents per 1000 population	26,3	40,1	24,6	2,7	9,19	2,87	1,72	1,72	2,06	1,07	1,68
X_9 - Fraction Citations	91,5	93,2	93,5	93,2	96,5	92,6	95,8	96,6	81,8	92,2	96,5
X_{10} - Fraction Self-Citations	47,3	14,7	23,4	11,3	23,5	8,24	7,72	44,5	6,07	8,61	14,5
К-ть елементів в кластері	1	18	7	4	25	42	34	2	6	22	39
оцінка (бали)	11	10	9	8	7(2)	6(5)	5(3)	4	3(6)	2(7)	1
Бали_Місця(7_8)	10+10	11+9	8+9	11+6	8+3	7+5	6+4	1+3	4+5	7+1	2+1
Бали Міс (7_8_5)	20+11	20+8	17+10	17+6	11+7	12+3	10+3	4+9	9+1	8+4	3+5

Табл. 1 Характеристика виявлених кластерів

З показаних на рис. 2-3 (послідовно: 1-4, 7, 9-10) П та результатів їх обробки встановлено, що починаючи з 2010 р. намітились майже стійкі позитивні тенденції до росту 1 і 2 П, 3-4, 7 (з урахуванням майбутніх позитивних коригувань) та 10-го П, проте з 2014 р. цей ріст призупинився і триває без змін.

	Country (Ukraine)	Documents	Citable documents	Citations	Self-Citations	V_Citations per Document	Fraction Citations (%)	Fraction Self-Citations (%)
1								
2								
3	2006	6728	6653	52324	13355	8	99	26
4	2007	6930	6818	56626	13850	8	98	24
5	2008	7231	7130	53808	13510	8	99	25
6	2009	7069	6968	42962	12970	6	99	30
7	2010	7610	7446	42031	12100	6	98	29
8	2011	8286	8026	53286	13222	7	97	25
9	2012	9318	8705	47538	12418	5	93	26
10	2013	9956	9715	36413	11236	4	98	31
11	2014	10246	9990	30290	8851	3	98	29
12	2015	10220	9942	19813	5748	2	97	29
13	2016	10087	9605	6172	2014	1	95	33
14	min	6728	6653	6172	2014	1	93	24
15	mean	8516	8273	40115	10843	5	97	28
16	max	10246	9990	56626	13850	8	99	33
17	Summ	93681	90998	441263	119274	5	1070	307
18		8516	8273	40115	10843	5	97	28
19								

Рис.2. Результати (вікно з уточненими даними для України, кластер А10!).

	k_K_D	k_K_CD	k_C	k_Self_C	k_V_C/D	k_Fract_C	k_Fract_SelfC
2007	1,0	1,0	1,1	1,0	1,1	1,0	1,0
2008	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0
2009	1,0	1,0	0,8	1,0	0,8	1,0	1,2
2010	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9	1,0	1,0
2011	1,1	1,1	1,3	1,1	1,2	1,0	0,9
2012	1,1	1,1	0,9	0,9	0,8	1,0	1,1
2013	1,1	1,1	0,8	0,9	0,7	1,0	1,2
2014	1,0	1,0	0,8	0,8	0,8	1,0	0,9
2015	1,0	1,0	0,7	0,6	0,7	1,0	1,0
2016	1,0	1,0	0,3	0,4	0,3	1,0	1,1

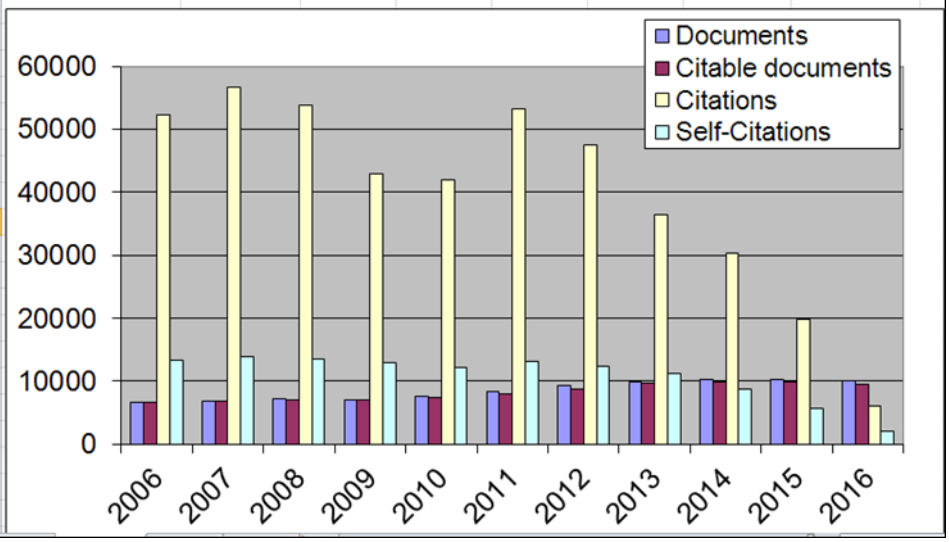

Рис.3. Вікно з діаграмою 4 П (Україна) та ланцюговими коефіцієнтами їх росту.

Аналогічно, можна зробити аналіз динаміки інших країн, що і буде предметом доповіді, а тут з урахуванням обмежень ми акцентуємо увагу лише на тому, що у США останні 8 років відсутні ріст та спад П НПД, наші сусіди Польща та Росія мають стале, хоч і незначне зростання, а Китай відзначається дуже позитивною динамікою (майже щорічним на 15-20% ростом П!).

Висновок. Дослідження показали, що лише інтелектуальний аналіз та групування дозволяють отримати більш точні обґрунтовані оцінки стану та динаміки активності, результативності НПД країн та їх місць в рейтингу.

Література

1. Scimago Journal & Country Rank (SJR) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.scimagojr.com/countryrank.php

2. Бібліометрика Української науки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/bpnu/index.php?page_sites=formy

3. Круглов В.В. Искусственные нейронные сети. Теория и практика / В.В. Круглов, В.В. Борисов. – М.: Горячая линия - Телеком, 2002. – 328 с.

4. Красиленко В.Г. Інтелектуальний кластерний аналіз наукометричних показників наукової діяльності кращих науковців планети з нейротематика за даними Google Scholar / В.Г. Красиленко, Д.В. Нікітович // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: Матеріали І МПК. – Одеса: ОНПУ, 2015. - С. 275-280.

5. Красиленко В.Г. Визначення впливовості факторів на інтегральну рейтингову оцінку кращих науковців світу з нейротематики на основі статистичних даних наукометричної бази Google Scholar / В.Г. Красиленко, Д.В. Нікітович // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: Матеріали І МПК. – Одеса: ОНПУ, 2015. - С. 333-338.

6. Красиленко В. Г. Кластерний аналіз країн світу за їх інтегральними за останні 20 років бібліометричними показниками наукових публікацій та цитувань / В. Г. Красиленко, Д. В. Нікітович // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття, Одеса, 2016. – С. 77-85. – Режим доступу: http://opu-konf.at.ua/2016/krasilenko_v.g-nikitovich_d.v-klasternij_analiz_kr.pdf

Маріанна Луца
Мукачівський державний університет,
Мукачево, Україна

КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ ТА ЇХ ВИДИ

Спілкування є складним процесом, пов'язаним з дією різноманітних перешкод, серед яких можуть бути труднощі, деформації та бар'єри.

Общение является сложным процессом, связанным с действием различных препятствий, среди которых могут быть трудности, деформации и барьеры.

Communication is a complex process associated with the operation of a variety of obstacles, including difficulty, deformation and barriers.

Одне із найважливіших завдань спілкування належить її комунікативній складовій (комунікація – від лат. communication – повідомлення, передача) – це передача інформації від однієї системи, соціальної спільноти, індивіда до інших через слово, спеціальним матеріальним носіям.

Проблема комунікативних бар'єрів привертає увагу багатьох учених. Основними методологічними і теоретичними засадами дослідження стали: теорія психології спілкування (Г.М. Андрєєва, О.О.Леонтьєв), міжособистісного спілкування (О.О.Бодалєв, Б.Ф.Ломов), ділового спілкування (Є.О.Ножин, А.Ю.Міхневич); міжособистісної взаємодії (І.О.Зімня, Н.Н.Обозов), психологічного захисту (Е. Л. Доценко, Р. М. Грановська), мовної комунікації (Н. Б. Голуб, А. Й. Капська); компетентності спілкування (Л. А. Петровська, Ж. Курте, Т. А. ван Дейк); психології діалогу (Г. О. Балл, Л. О. Радзіховський), психології утрудненого спілкування (В. А. Лобунськая, К. А. Менджерицька, Е. А. Бреус), комунікативних бар'єрів (Б. Ф. Поршнєв), емоційних бар'єрів (Р. Х. Шакуров). Водночас недостатньо досліджені психологічні особливості, класифікація, механізми та засоби подолання комунікативних бар'єрів у спілкуванні [2].

Спілкування – взаємні стосунки, діловий, дружній зв'язок [5]. За основною класифікаційною ознакою виділяють вербальне й невербальне ділове спілкування. Вербальне спілкування відбувається за допомогою використання усної чи писемної мови, невербальне – завдяки немовних комунікативних елементів (жестів, міміки, погляду, постави, дистанції між комунікантами та ін.). Культура спілкування є невід'ємною частиною загальної культури людини. Від неї залежить результат ділових взаємин.

Комунікативні бар'єри – це явища деформації комунікаційного процесу, що можуть приводити до неадекватних дій того, хто отримує інформацію [3].

Г. М. Андреєва виділяє комунікативні бар'єри соціального та психологічного характеру.

З одного боку, такі бар'єри можуть виникати через відсутність порозуміння, а саме: ситуації спілкування, яка спричинена не просто різною мовою, якою спілкуються учасники комунікативного процесу, а й відмінностями більш глибокими, тобто – соціально-психологічними, що існують між партнерами. Такі бар'єри породжені об'єктивними соціальними причинами, приналежністю партнерів із комунікації до різних соціальних груп, і за їх появи особливо чітко виступає активність комунікації в більш широку систему спільних відношень.

З іншого боку, бар'єри комунікації можуть мати і більш виражений психологічний характер. Вони можуть виникати внаслідок індивідуальних психологічних особливостей тих, хто спілкується (наприклад, надмірна сором'язливість тощо), або внаслідок особливих психологічних відношень, що виникли між партнерами зі спілкування: неприязні, недовіри один до одного тощо [1].

Виділяють кілька підходів до класифікації комунікативних бар'єрів. Наприклад, Л. Е. Орбан-Лембрик виокремлює фонетичний, семантичний, стилістичний, логічний, смисловий бар'єри.

Фонетичний бар'єр становить перешкоду, створену особливостями мови того, хто говорить. Учасники комунікативного процесу спілкуються різними мовами і діалектами, мають суттєві дефекти мови та дикції, перекручують граматичну структуру

мовлення. Це й невиразна мова, також мова, якій властива велика кількість слів-паразитів, скоромовка, дуже голосна або тиха мова, шепотіння та ін.

Особливість семантичного бар'єру виявляється у відмінності в системах значень партнерів з комунікації – тезаурусів, поняттєво-категорійного апарату мови з відповідною смисловою інформацією. Причини виникнення полягають у тому, що партнери користуються однаковими знаками й словами для позначення різних речей; це обмежений лексикон в одного зі співрозмовників; невідповідність між мовними засобами, які використовує комунікатор, і мовними ресурсами реципієнта; індивідуальні особливості реципієнта, його здатність оперувати мовою як засобом мислення та ін. Природа смислового бар'єру – у непорозумінні між людьми, яке є наслідком того, що одне повідомлення має для них різний смисл – суб'єктивний зміст, якого набуває слово у конкретному контексті, конкретній ситуації спілкування.

Слово у різних ситуаціях може мати неоднаковий сенс, який є завжди індивідуально-особистісним, він сформований у свідомості того, хто говорить, але необов'язково є зрозумілим тому, хто слухає. Причинами цього є: відмінність змісту висловлювань, прохань, наказів, ігнорування поглядів, цінностей, системи особистісних смислів співрозмовників, відмінності в знаннях, життєвому досвіді тощо. Стилістичний бар'єр виникає через невідповідність стилю мови комунікатора та ситуації спілкування або стилю мови й актуального психологічного стану реципієнта. У його основі може бути: панібратська манера спілкування; використання стилю спілкування, який може бути недоречним, занадто складним, не відповідати комунікативній ситуації та намірам партнера; використання стилю, що має примусові аспекти; неправильна організація повідомлення, форма й зміст якого не відповідають один одному, або інформація передається науково-канцелярським стилем, який більше зрозумілий під час читання й ускладнений під час слухового сприйняття та ін. Як відомо, логічним мисленням називають чітко визначене, послідовне, несуперечливе, доказове мислення.

В основі логічного бар'єру є неадекватне розуміння інформації, породжене особливостями мислення партнерів зі спілкування. Його причинами виступають: свідоме чи несвідоме порушення законів логіки, неоднаковий вид мислення (наприклад, в одного – абстрактно-логічне, в іншого – наочне-образне); використання операцій мислення з різним ступенем розуміння та адекватності; домінування різних форм мислення в кожного з партнерів та ін. [4].

Отже, спілкування є складним процесом, пов'язаним з дією різноманітних перешкод, серед яких можуть бути труднощі, деформації та бар'єри.

Література

1. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988. – 432 с.
2. Козирєв М. П. Комунікативні бар'єри спілкування та їх шляхи подолання / М. П. Козирєв // Науковий вісник. – 2014. –№1. – С.201-210.
3. Макаренко Н.М. Подолання комунікативних бар'єрів у спілкуванні з носіями мови. / Н.М. Макаренко, О.О. Андрійченко, М.В. Торяник // Проблеми сучасної психології. – 2013. – Випуск 20. – С. 325-334.
4. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: [навчальний посібник] / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
5. Словник української мови: в 11 т. / [за ред. І. К. Білодіда.]. – К.: Наукова думка, 1970–1980. – Т. 9. – С. 527.

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

СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУПРОВОДУ ПАЦІЄНТА ДІАГНОСТИЧНОГО ЦЕНТРУ ТОВ «ЛІДЕРМЕД»

Характеризується інформаційний супровід пацієнта діагностичного МРТ-центру та зосереджується увага на особливостях документального оформлення згоди пацієнта про обсяг обстеження на магнітно-резонансному томографі.

Ключові слова: інформаційний супровід пацієнта, діагностичний МРТ-центр, документальне оформлення згоди пацієнта про обсяг МРТ-обстеження.

Характеризуется информационное сопровождение пациента диагностического МРТ-центра и концентрируется внимание на особенностях документального оформления согласия пациента об объеме обследования на магнитно-резонансном томографе.

Ключевые слова: информационное сопровождение пациента, диагностический МРТ-центр, документальное оформление согласия пациента об объеме МРТ-обследования.

Characterized by the information support of the patient to the diagnostic MRI-center and focuses on the peculiarities of documentary protection of medical secret.

Keywords: information support of the patient, diagnostic MRI-center, documenting the consent of the patient about the volume of MRI-examination.

Сьогодні не викликає сумнівів той факт, що здоров’я громадян є одним з найважливіших чинників процвітання сучасної держави. Система охорони здоров’я, яка функціонує у нашій державі, має забезпечувати належний рівень надання медичних послуг населенню нашої країни. Відтак, це потребує не тільки значних матеріально-технічних ресурсів, а й відповідного інформаційного, нормативно-правового та документного забезпечення.

Міжнародний досвід свідчить, що ефективна система, яка здатна використовувати наявні ресурси соціально відповідальним чином,

може забезпечити ефективне медичне обслуговування на засадах солідарності, справедливості та громадської співучасті, захистити населення від катастрофічних наслідків захворювань, гарантувати прозорість і відповідальність за вжиті або невжиті заходи, оперативніше реагувати на потреби та очікування населення. Для цього потрібно забезпечити тісніший зв'язок здоров'я населення із розвитком національної економіки та підвищенням добробуту громадян [1, 5].

У Національній стратегії реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015-2020 років, яка була розроблена у серпні 2014 року Міністерством охорони здоров'я України, обґрунтовано необхідність реформування української системи охорони здоров'я та зазначено, що майбутня система охорони здоров'я має базуватися на трьох засадничих принципах, котрі мають бути відображеними на кожному наступному етапі реформи, а саме: орієнтованість на людей, орієнтованість на результат, орієнтованість на втілення [2].

Саме на вказаних принципах базується діяльність діагностичного центру (ДЦ) ТОВ «Лідермед», який був заснований в 2014 році й зараз стрімко розвивається завдяки зусиллям згуртованої команди професіоналів: лікарів, медсестер та адміністраторів. Центр оснащений унікальним магнітно-резонансним томографом фірми SIEMENS Magnetom Avanto, що, за даними виробника з Німеччини, є лідером серед подібних МРТ-апаратів за якістю зображення, клінічними можливостями та швидкістю магнітно-резонансних досліджень. ДЦ працює за системою попереднього запису, який можна здійснити безпосередньо у самому центрі або у телефонному режимі [5].

Ефективна діяльність подібних медичних закладів залежить, зокрема, від рівня поінформованості населення стосовно усіх аспектів надання ними медичних послуг. Зважаючи на сучасні умови реформування української системи охорони здоров'я, громадянам потрібно вміти орієнтуватися, у яких випадках необхідно звертатися до певного медичного закладу та які медичні послуги і за яких умов йому можуть там надаватися. Саме тому, потребує дослідження інформаційний супровід пацієнта медичного закладу.

З метою інформування громадськості про специфіку діяльності ДЦ ТОВ «Лідермед» створений і функціонує web-сайт, на якому розміщена інформація для пацієнтів стосовно особливостей магнітно-резонансного обстеження у різних випадках (http://lidermed.com.ua/patsientam). Зокрема, зазначається, що відбувається з пацієнтом під час обстеження та яким чином потрібно підготуватися до нього, які саме документи необхідні для вибору програми його проведення.

На кожного пацієнта діагностичного оформлюється відповідна медична документація, а саме:

- медична карта амбулаторного хворого форми № 025/о, що затверджена наказом МОЗ України № 110 від 14.02.2012;

- анкета форми 01/04-01/2, що затверджена наказом № 16-ОД від 23.04.2012, з додатком, в якому відмічається проходження загального інструктажу з техніки безпеки в процедурній МРТ для супроводжуючих осіб пацієнта (у разі необхідності). Заповнюючи цю анкету, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» пацієнт дає свою згоду на обробку медичних та персональних даних з первинних джерел у т. ч. паспортних даних, відомостей з виданих на його ім’я документів, відомостей, які він надає з метою забезпечення реалізації відносин у сфері охорони здоров’я. Після чого отримує письмове «Повідомлення пацієнта про права, визначені законодавством у сфері захисту персональних даних, та мету обробки персональних даних», відповідно до п. 2 ст. 12 Закону України «Про захист персональних даних», затверджене наказом № 33-ОД від 25.11.2011 [4];

- інформована згода пацієнта про обсяг дослідження на магнітно-резонансному томографі;

- інформована згода пацієнта на проведення обстеження магнітно-резонансної томографії з введенням контрастної речовини, форма якої затверджена розпорядженням № 28 від 19.02.2014 головного лікаря «Лідермед»;

- заява на ім’я головного лікаря «Лідермед» про відправлення результатів МРТ-дослідження (висновок, плівка, диск) по e-mail та на вказану поштову адресу;

- акт здачі-прийняття робіт (надання послуг МРТ) між ТОВ «Лідермед» у особі його директора та пацієнтом (або його представником).

Окремої уваги заслуговує саме інформована згода пацієнта про обсяг дослідження на магнітно-резонансному томографі, оскільки, у статті 43 ЗУ «Основи законодавства України про охорону здоров'я» вказано, що «згода інформованого пацієнта необхідна для застосування методів діагностики, профілактики та лікування», проте не визначено форму цієї згоди [3].

Пацієнти ДЦ «Лідермед» свою свідому і добровільну згоду на обсяг дослідження на магнітно-резонансному томографі висловлюють саме у письмовій формі, що дозволяє їм зрозуміти, що відмова від призначення лікаря може призвести до погіршення стану здоров'я та неможливості встановлення точного діагнозу, а в подальшому, до необхідності проведення додаткового обсягу обстеження і фінансових витрат. Особливо це важливо при проведенні обстеження магнітно-резонансної томографії (МРТ) із введенням контрастної речовини. Тому, для таких обстежень розпорядженням № 28 від 19.02.2014 головного лікаря ТОВ «Лідермед» затверджено спеціальну форму інформованої згоди пацієнта, яка зокрема, передбачає попереднє ознайомлення з інформаційним листом «Пам'ятка пацієнту, що планує пройти МРТ дослідження» та інструкцією на препарат, який вводиться. Зазначені документи є невід'ємною частиною цієї згоди. Окремо в ній зазначається, що пацієнт погоджується із застосуванням усіх необхідних та можливих заходів медичними працівниками ТОВ «Лідермед» щодо усунення непередбачуваних ситуацій, у разі їх виникнення.

Підписання такої згоди дає можливість пацієнту усвідомити, що дані МРТ дослідження не являються клінічним діагнозом, а їх необхідно передати своєму лікарю, який дасть роз'яснення щодо результатів обстеження і встановить заключний діагноз.

Таким чином, можемо стверджувати, що інформаційний супровід пацієнта діагностичного МРТ-центру ТОВ «Лідермед», зокрема, полягає у відповідному його інформуванні, згідно чинного законодавства, про мету та характер медичної процедури МРТ-дослідження, що документально оформлюється й підтверджується.

Законодавчо не визначено, у якій формі (усно чи письмово) пацієнт висловлює свою згоду для застосування методів діагностики, профілактики та лікування, тому «Інформована згода пацієнта про обсяг обстеження на магнітно-резонансному томографі» та «Інформована згода пацієнта на проведення обстеження магнітно-резонансної томографії з введенням контрастної речовини», що затверджені відповідним розпорядженням головного лікаря вказаного медичного закладу, підписуються пацієнтом власноруч.

Для підвищення рівня поінформованості населення стосовно надання медичних послуг діагностичним центром ТОВ «Лідермед», перспективним вбачається розміщення відповідних інформаційних та рекламних матеріалів на його сайті, який, зокрема, доцільно доповнити інформацією про наявність та термін дії ліцензії на здійснення медичної діяльності. Тобто, подальшого ґрунтовного дослідження потребує автоматизація інформаційного супроводу пацієнтів ДЦ ТОВ «Лідермед» та діяльності медичних працівників цього закладу.

Література

1. Лехан В.М. Стратегія розвитку системи охорони здоров’я: український вимір / В. М. Лехан, Г. О. Слабкий, М. В. Шевченко // Україна. Здоров'я нації. – 2010. – № 1. – С. 5-23
2. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015-2020 років [Електронний ресурс]. – Заголовок з екрану. – Режим доступу: http://moz.gov.ua/strategija
3. Основи законодавства України про охорону здоров’я [Електронний ресурс] : Закон України від 19.11.1992 № 2801-XII [Чинний, поточна редакція від 10.03.2018]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2801-12
4. Про захист персональних даних [Електронний ресурс] : Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI [Чинний, поточна редакція від 30.01.2018]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2297-17
5. Сайт діагностичного центру «Лідермед» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lidermed.com.ua/

Анастасія Крайнюк, Наталя Масі
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНЕ ПРОГРАМУВАННЯ ЯК РЕЗУЛЬТАТ УСКЛАДНЕННЯ ДОКУМЕНТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Розкрито сутність нейролінгвістичного програмування як технології проведення ефективної документної комунікації, що лежить в основі, як комунікативної освіченості окремої особистості, так і розвитку інформаційного суспільства в цілому.

Ключові слова: *нейролінгвістичне програмування, документна комунікація, ментальна карта.*

Раскрыта сущность нейролингвистического программирования как технологии реализации эффективной документной коммуникации, которая лежит в основе, как коммуникативной образованности отдельной личности, так и развития информационного общества в целом.

Ключевые слова: *нейролингвистическое программирование, документная коммуникация, ментальная карта.*

The essence of neuro-linguistic programming as a technology of effective document communication underlying, as a communicative education of an individual, and the development of the information society as a whole, is revealed.

Key words: *neurolinguistic programming, document communication, mental maps.*

Актуальність дослідження зумовлена реаліями сучасного інформаційного суспільства, удосконаленням технологій роботи з інформацією та модифікацією її форм. Сьогодення характеризується прерогативою документних ресурсів, оскільки з розвитком процесу комунікації більша частина усної інформації фіксується на матеріальному носії. Тому для досягнення успіху в документній комунікації слід враховувати низку аспектів, особливо психологічного характеру, куди й слід віднести нейролінгвістичне програмування як складова ефективної інтеракції. Важливим завданням є спростування

закоренілого постулату про маніпулятивний характер впливу НЛП з негативними наслідками для суб'єкта впливу.

Виклад основного матеріалу. НЛП в документній комунікації прагне створити комфортні умови для обох сторін взаємодії: усвідомлене сприйняття можливого впливу і допомогу та рекомендації в побудові плідних відносин. Правильне розуміння сутності НЛП визначає і специфіку його застосування при взаємодії, і її результати. З метою досягнення обопільного ефекту від комунікації слід сприймати методику, як можливість в будь-якій ситуації переосмислити власний досвід. Складне словосполучення «нейролінгвістичне програмування» містить в собі три просто збагненних істини: про те, що будь-яка поведінка базується на інформації, що сприймається органами чуття, рівень розвитку яких й визначає особливості співрозмовника; упорядкування думок, ідей та емоцій відбувається завдяки мовленню та лінгвістичним конструкціям, які й яскраво відображають внутрішню картину світу, так звану ментальну карту; вміння спроектувати свої думки та вчинки на кінцевий результат.

Документна комунікація – це комунікація, опосередкована між документами в соціумі та побудована на їх обміні між двома або більше споживачами інформації [2]. Тобто це ситуації ускладненої взаємодії, оскільки відсутність безпосереднього контакту ставить завдання вдало будувати мовні паттерни, оскільки це єдиний варіант досягнення бажаного ефекту. Виключення можливості враховувати реакцію співрозмовника у вигляді паралінгвістичних проявів (невербальних засобів реалізації інформації) вимагає вищого рівня комунікативної компетентності за для проведення успішної інтеракції.

Програмування слід сприймати як розумовий процес, що передує акту спілкування і опирається на п'ятнадцять основних положень, які розкривають зміст всього документно-комунікативного процесу. За словами Роберта Ділтса: "Значенням інформації для адресата є реакція, викликана цією інформацією у адресата, незалежно від намірів, які були у відправника цієї інформації" [1]. Тобто методика дає можливість навчитися розуміти глибинні мотиви комунікантів, проникати в істину сприйняття, а також:

- вести розмову на мові співрозмовника (емоцій, розрахунку, світосприйняття);
- бачити, чути та відчувати те, що непомітно іншим оточуючим;
- успішно адаптуватись в будь-якій мовній ситуації;
- підбирати відповідні комуніканту лінгвістичні конструкції тощо.

Отже, застосування НЛП є однією з методик проведення ефективної документної комунікації та удосконалення власних комунікативних навичків, підвищення компетентності. Це не засіб маніпуляції, це спосіб підвищення культури спілкування у всіх її проявах, один із способів використання мовних структур, характерних даному учаснику ділової комунікації, задля здобуття взаємовигідного рішення. Мовні формули працюють на дії, направленні на пристосування до умов конкретної ситуації, тобто на актуалізацію.

Література

1. Дилтс Р. Фокусы языка: изменение убеждений с помощью НЛП [Текст] / Р. Дилтс. – П., 2010. – 256 с.

2. Палеха Ю. І. Загальне документознавство [Текст] : навч. посіб. / Ю. І. Палеха, Н. О. Леміш. – 2-ге вид., доп. і переро. – К. : Ліра-К, 2009. – 434 с.

Наталя Ткачук, Олена Бірюкова
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

СТЕГАНОГРАФІЯ ЯК ОДИН ІЗ СПОСОБІВ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано розвиток стеганографії, її методів, в основі яких лежать особливості подання інформації в комп'ютерних файлах, обчислювальних мережах і т.п., розглянуто питання захисту інформаційних ресурсів сучасного підприємства, окреслено ряд проблем, що потребують подальшого розв'язання.

***Ключові слова**: стеганографія, стеганографічне перетворення, захист інформації, сучасне підприємство.*

В статье проанализировано развитие стеганографии, её методов, в основе которых лежат особенности представления информации в компьютерных файлах, вычислительных сетях и т.п., рассмотрены вопросы защиты информационных ресурсов современного предприятия, указан ряд проблем, которые требуют решения.

***Ключевые слова:** стеганография, стеганографическое преобразование, защита информации, современное предприятие.*

The article analyzes the development of steganography, its methods, which are based on the peculiarities of information representation in computer files, computer networks, etc., the issues of protection of information resources of a modern enterprise are considered, points a number of problems that need to be solved.

***Key words:** steganography, steganographic transformation, information protection, modern enterprise.*

Ми живемо в інформаційну добу. Вибухове збільшення кількості обчислювальних машинних систем та їх взаємозв'язок через мережу збільшили залежність від збереженої інформації, що в свою чергу призвело до підвищеного попиту на захист цієї інформації. Її власниками можуть бути держава та її структури (органи), підприємства, товариства, акціонерні товариства (у тому числі

суспільні), громадські організації, громадяни. Вона може бути піддана атакам з боку супротивників або ж стати жертвою ненавмисних помилок.

Можна виділити такі підсистеми ефективного захисту інформації на підприємстві:

- управління контролем доступу та ідентифікацією в інформаційній системі;
- криптографічний захист, який гарантує безпеку передачі інформації завдяки шифруванню даних;
- забезпечення цілісності інформації та програмного середовища шляхом застосування відповідних засобів для фіксації та контролю стану програмного комплексу, управління зберіганням даних для резервного копіювання та архівування;
- захист від інсайдерів, яий контролює дії порушників, реалізує інформаційну безпеку при управлінні доступом і реєстрації;
- захист систем управління базами даних;
- виявлення вторгнень і спроб несанкціонованого доступу до інформаційних ресурсів підприємства. Підсистема забезпечує реалізацію захисних заходів з протидії атакам хакерів і поширенню спаму;
- моніторинг подій інформаційної безпеки, який дозволяє своєчасно виявляти загрози інформаційній системі та оперативно реагувати на них [6].

Захист інформації може бути здійснений за допомогою таких засобів як: фізичних, апаратних, програмних, криптографічних, стеганографічних [2, 67].

Пропонуємо більш детально розглянути стеганографічний засіб захисту інформації.

Стеганогра́фія − (з грец. *Στεγανός* − прихований + *γράφω* − пишу) − тайнопис, при якому повідомлення закодоване таким чином, що непосвячена людина принципово не може розшифрувати повідомлення − бо не знає про факт його існування. До неї належить безліч секретних засобів зв’язку, таких як невидимі чорнило, мікрофотоснімки, умовне розташування знаків, таємні канали та засоби зв'язку на плаваючих частотах і т.д. Найбільш розповсюдженим засобом захисту інформації

є використання криптографічних методів, однак їхнє застосування при транспортуванні носіїв інформації або передаванні в локальних мережах та Інтернет не завжди можливе. До того ж використання цих методів значно знижує ймовірність виявлення самого факту надіслання повідомлення. А якщо це повідомлення, крім того, зашифроване, то воно має додатковий рівень захисту.

Актуальність теми зумовлена необхідністю узагальнити накопичений досвід стеганографічного захисту інформації з метою аналізу теоретичної та практичної діяльності в цій сфері в останні десятиліття для ефективного застосування на підприємстві.

У рамках стеганографії виділяють декілька напрямків:

- власне стеганографія, або класична стеганографія;
- комп'ютерна стеганографія;
- цифрова стеганографія;
- лінгвистична стеганографія;
- текстова стеганографія [2, 67].

На конференції Information Hiding: First Information Workshop в 1996 році було запропоновано використовувати єдину термінологію та обговорені основні терміни стенографії [11, 349-350].

Стеганографічна система або стегосистеми – це сукупність засобів і методів, які використовуються для формування прихованого каналу передачі інформації.

Проаналізувавши ряд досліджень присвячених стегосистемам, можна виділити положення, які повинні враховуватися при їх побудові:

- Супротивник має повне уявлення про стеганографічну систему і деталі її реалізації. Єдиною інформацією, яка залишається невідомою потенційному супротивникові, є ключ, за допомогою якого тільки його власник може встановити факт присутності і зміст прихованого повідомлення.
- Якщо супротивник якимось чином дізнається про факт існування прихованого повідомлення, це не повинно дозволити йому витягти подібні повідомлення з інших даних до тих пір, поки ключ зберігається в таємниці.

• Потенційний супротивник повинен бути позбавлений будь-яких технічних та інших переваг у розпізнаванні або розкритті змісту таємних повідомлень.

Проблема зберігання ключа в таємниці не є вирішеною. Так звані геш-функції використовують спеціальні алгоритми, які гешують пароль користувача для отримання ключа. Важливим, є те, щоб при щонайменшій зміні аргументу значення функції сильно змінювалося (лавинний єфект). Зокрема, значення гешу не повинно давати витоку інформації, навіть про окремі біти аргументу.

В якості даних може використовуватися будь-яка інформація: текст, повідомлення, зображення і т. п.

Контейнер – будь-яка інформація, призначена для приховування таємних повідомлень.

Порожній контейнер – контейнер без вбудованого повідомлення; заповнений контейнер або Стего – контейнер, що містить вбудовану інформацію.

Вбудоване (приховане) повідомлення – повідомлення, вбудоване в контейнер.

Стеганографічний канал або просто стегоканал – канал передачі Стег.

Стегоключ або просто ключ – секретний ключ, необхідний для приховування інформації. Залежно від кількості рівнів захисту (наприклад, вбудовування попередньо зашифрованого повідомлення) у стегосистемі може бути один або кілька стегоключів.

Навроцький Д.О. у своїй статті «Методи комп'ютерної стеганографії» [7] розглянув сучасні стеганографічні методи та запропонував їх класифікацію. Запропонована схема допомагає наглядно оцінити можливості стеганографії для усунення слабких сторін відомих методів захисту інформації і розробити більш ефективні нові нетрадиційні методи забезпечення інформаційної безпеки.

У тому ж напрямі працювали О.В. Весельська, Р.В. Зюбіна, О.В. Фролов [8]. У статті «Систематизація та класифікація наявних стеганографічних методів приховування інформації» окрім загальновідомих методів розглядаються й аналізуються найновіші.

Проаналізувавши обидві роботи, можна виділити ряд

відмінностей: у першій роботі немає класифікації за стійкістю та за наявністю ключа, у другій роботі значно розширюють класифікацію за вибором контейнера і переміщують у неї класифікації за способом доступу до інформації та за способом видобування повідомлення.

Отже, друга стаття є своєрідним продовженням роботи Навроцького, у ній оперують більш сучаснимою інформацією та визначають майбутній шлях як аналіз залежності надійності системи від обсягу вбудовуваних даних.

Серед чисельного ряду публікацій вітчизряних вчених Шелеста М.Є. та Андреева В.І. вирізняється «Комп'ютерна стенографія та її можливості» [3], в якій дослідники подають обґрунтовані оцінки різних методів стегозахисту.

Існуюча теоретична база стеганографії дозволяє будувати моделі й формувати нові напрями досліджень у комп'ютерній стеганографії. У рамках інформаційної моделі стеганографії доцільно виділити наступні типи моделей стеганографічного перетворення:

I. Модель, що описує взаємодію стеганографічно захищеного повідомлення із зовнішнім середовищем. Елементами такої моделі є: учасники прихованого обміну повідомленнями (абоненти); «супротивник», що здійснює спроби несанкціонованого доступу до інформації, яка захищається, у вигляді тої або іншої загрози; система керування атрибутами стеганографічного перетворення.

II. Модель, що описує стеганографічне перетворення повідомлення. Як елементи моделі фігурують: інформаційне середовище, у якому приховане повідомлення; саме приховуване повідомлення; алгоритми або методи приховування повідомлення в інформаційном у середовищі.

III. Модель, що описує вплив загроз на певне інформаційне середовище, у якому міститься приховане повідомлення [3].

Отже, модель, яка описує взаємодію стеганографічно захищеного повідомлення з абонентами й супротивником, що створює ті або інші загрози, найчастіше орієнтована на одержання відносної оцінки параметрів стегосистеми. Такі моделі дозволяють лише приблизно оцінювати систему, оскільки в цьому випадку можливі різноманітні види загроз, від яких залежить захищеність інформаціїй, відповідно,

можливості абонентів в організації прихованого листування.

Другий метод моделювання дозволяє описати процес стеганографічного перетворення його вплив на інформаційне середовище й, відповідно, досліджувати можливості виявлення прихованого повідомлення без урахування впливу загроз на інформаційне середовище або саме повідомлення. На основі таких моделей можна одержувати абсолютні параметри й абсолютні характеристики тих або інших стегоперетворень. У цьому випадку порівняльний аналіз різних стеганографічних методів може здійснюватися на основі абсолютних параметрів.

Третій метод моделювання являє собою опис взаємодії різних моделей загроз із моделями стеганографічних перетворень. У рамках цього підходу можна досліджувати певну обрану модель стегоперетворення з узагальненою моделлю набору загроз, які генеруються супротивником, і отримати фактичні значення параметрів стеганоірафічної моделі, що становить практичний інтерес. У цьому випадку не можна виключати участі абонентів із зовнішнього середовища моделей, оскільки в кінцевому підсумку параметри абонента і його модель, що описує використання прихованого повідомлення визначають цінність тієї або іншої моделі стегозахисту.

Стаття «Дослідження та порівняняльний аналіз стеганографічних методів для впроваждення даних у цифрові файли» [1] привертає увагу тим, що в ній розглянуто особливості використання стеганографічних методів для захисту авторських прав і прихованого зв’язку. На основі класифікації методів були виділені їх основні характеристики, переваги й недоліки. Ще одним завданням статті було виявлення у процесі досліджень класів задач захисту, що можуть ефективно вирішуватись за допомогою розглянутих методів.

Виділяються такі області, де виникає потреба в розв'язанні задач визначеними методами:

• *Захист від копіювання* – електронна комерція, контроль за копіюванням (DVD), розповсюдження мультимедійної інформації (відео за запитом).

• *Прихована анотація документів* – медичні знімки, картографія, мультимедійні бази даних.

• *Аутентифікація* – системи відеоспостереження, електронної комерції, голосової пошти, електронне конфіденційне діловодство.

• *Прихований зв'язок* – військові та розвідувальні додатки.

Одним з недоліків використання програм із такими методами є захищеність коду стеганографічних програм як початкового, так і професійного рівня, що не дозволяє простежити методи, закладені в основу алгоритмів їх дії. Компіляція пропонованих текстів має своїм результатом виконувальну програму, алгоритм дії якої неможливо простежити, оскільки остання видає вже готовий результат − заповнений стеганоконтейнер, і практично не існує можливості заздалегідь встановити достатність рівня прихованості конфіденційної інформації у цьому контейнері.

Розв'язання цього питання запропонували Стороженко А.О., Горпенюк А.Я., Лужецька Н.М. у «Методиці захисту програмного забезпечення шляхом впровадження ЦВЗ в асемблерний код програми» [1]. На практиці автори довели, що маючи вихідний код програми, написаний на мові програмування високого рівня, можна розібрати його на асемблерний код. До асемблерного файлу, крім водяного знака, помістити додаткові перетворення у вигляді інструкцій, що створюють ефект обфускації (роблять неочевидним, заплутаним, збивають з пантелику), додатково заплутуючи код. Таким чином отримали новий виконуваний файл з водяним знаком.

Запропонований метод має ряд потенційних переваг. По-перше, автоматизувати процес видалення водяних знаків з асемблерного файлу надзвичайно складно. По-друге, водяні знаки можуть забезпечити надійніший захист, будучи вставленими у програму декілька разів.

В своїх роботах Широчин С.С. [9; 10] пропонує вірішення актуальної науково-технічної задачі створення комбінованих крипто-стеганографічніх методів масового захисту мультимедійних даних на основі поєднання елементів криптографічного захисту зі стеганографічнім принципом приховування мультимедійних даних, що забезпечує підвищення ефективності захисту та продуктивності при масовій обробці стрімко зростаючих об'ємів конфіденційніх мультимедійних даних на комп'ютерних системах.

Таким чином, провівши ряд теоретичних розвідок ми

дійшли таких висновків: використання інформаційних технологій значно підвищує ефективність процесів, зменшує затрати на їх проведення; методи теорії інформації, які раніше були лише предметом теоретичних досліджень, стали основою промислових стандартів, що використовуються в мережах (так, методи стеганографії застосовуються для захисту документів та їх частин від підробки, відстеження авторів документів і контролю змін в документах, створення глибокого механізму контроля доступу співробітників до документів і їх частин, створення інструменту виявлення винного в витоках конфіденційних документів та їх частин); стеганографія як один із способів захисту інформаційних ресурсів сучасного підприємства почала активно розвиватися починаючи з 90-х років минулого століття і сьогодні являє собою набір ефективних методів захисту інформації; були окреслені деякі проблеми, що потребують подальшого розв'язання.

Література

1. Горпенюк А.Я Дослідження та порівняняльний аналіз стеганографічних методів для впроваждення даних у цифрові файли [Електронний ресурс] / А.Я. Горпенюк, А.О. Стороженко. – Режим доступу: http://ua.z-pdf.ru/7tehnicheskie/685820-1-udk-004056-gorpenyuk-storozhenko-nacionalniy-universitet-lvivska-politehnika-kafedra-zahistu-informacii-doslidzhennya.php
2. Ефременко Н.В. Лингвистическая стеганография / Н.В. Ефременко // Вестник Московского государственного лингвистического университета. − 2011. − №13. − С. 66−73.
3. Комп'ютерна стенографія та її можливості / М.Є. Шелест, В.І. Андреев // Сучасна спеціальна техніка. − 2011. − №1 (24). − С. 97−104.
4. Легомінова С.В. Теоритичні засади інформаційної безпеки підприємства / С.В. Легомінова // Економіка. Менеджмент. Бізнес. − 2015. − №3 (13). − С. 87−92.
5. Майданюк В.П. Кодування та захист інформації / В.П. МАйданюк. − Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2009. – 165с.

6. Матиев Д. Средства защиты информации: проблема выбора и соответствия [Електронний ресурс] / Д. Матиев. − Режим доступу: http://bankir.ru/publikacii/s/sredstva-zaschiti-informacii-problema-vibora-isootvetstviya-5386161/
7. Навроцький Д.О. Методи комп'ютерної стеганографії / Д.О. Навроцький // Вісник Національного технічного університету України «КПІ». − 2007. − № 35. − С. 105−108. − (Серія – Радіотехніка. Радіоапаратобудування)
8. Систематизація та класифікація наявних стеганографічних методів приховування інформації / О.В. Весельська, Р.В. Зюбіна, О.В. Фролов // Наукоємні технології. − 2016. − № 2. − С. 187−194.
9. Широчин, С.С. Засоби подання інформації з обмеженим доступом в картографічних зображеннях / С.С. Широчин, Є.С. Сулема // Збірник праць міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми комп'ютерних технологій». – Хмельницький. – 2011. – С. 207−213.
10. Широчин С.С. Методи комбінованого стеганографічного захисту мультимедійних даних в хмарних сховищах. – Дис. ... канд. техн. наук.: 05.13.05 «Комп'ютерні системи та компоненти» / С. С. Широчин. − К., 2015. − 167 с.
11. Information Hiding Terminology, in Information Hiding, Springer Lecture Notes in Computer Science / B. Pfitzmann. − V.1174, 1996. – P. 347−350.

Ольга Солярик
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ДОКУМЕНТАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ПІДСИСТЕМА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглянуто поняття комунікації. Проаналізовано зміст документальної комунікації в межах соціальних комунікацій.

Ключові слова: *комунікація, документна комунікація, документно-комунікативна система.*

В статье рассмотрено понятие коммуникации. Проанализировано содержание документальной коммуникации в рамках социальных коммуникаций.

Ключевые слова: *коммуникация, документная коммуникация, документо-коммуникативная система.*

The article deals with the concept of communication. The content of documentary communication within the limits of social communications is analyzed.

Keywords: *communication, document communication, document-communicative system.*

У розвитку сучасного суспільства важливу роль відіграє комунікація. А комунікативний процес в інформаційному суспільстві є необхідною умовою становлення, розвитку та функціонування всіх соціальних систем, забезпечуючи зв'язок між людьми та різними спільнотами, налагоджуючи зв'язок між поколіннями для передачі накопиченого соціального досвіду, організації спільної діяльності, розвитку національної культури.

На сьогоднішній день поняття комунікації окреслене різними науковцями на основі багатьох взаємопов’язаних підходів, що утверджують нас у думці про багатовекторність та полі функціональність процесу соціальної взаємодії. Найбільш загальне значення поняття «комунікація» – це «зв’язок», «засоби зв’язку»; процес, який поєднує один матеріальний об’єкт з іншим. Так, Т.І Лук’янець вважає, що на практиці застосовують різні моделі комунікацій, опрацьовані відомими вченими Г. Лассуелом,

К. Шеноном, В. Вевером, Ф. де Соссюром, Ч. Пірсом, Р. Якобсоном та ін [4].

Ю. І. Палеха розглядає комунікацію як необхідну передумову функціонування й розвитку всіх соціальних систем, оскільки вона дає можливість накопичувати й передавати соціальний досвід, забезпечує зв'язок між людьми, розподіл праці, організацію спільної діяльності, трансляцію культури [5].

Н.М. Кушнаренко вважає, що комунікація – це не просто процес передання інформації, а й установлення контакту для виключно повного розуміння один одного під час взаємодії [3].

Соціальна комунікація (СК) є найбільш дослідженим видом комунікації. У процесі СК повідомлення передається між людьми, тобто між суб’єктами. Академік В.В. Різун вважає: «під соціальними комунікаціями необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціально-комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [6].

А.В. Соколов тлумачить соціальну комунікацію як рух смислів у соціальному часопросторі, як «механізм надбудови, утворення стійкої і поновлюваної узгодженості»[7]. Також учений подає класифікацію видів соціальної комунікації залежно від кількісної характеристики комунікаторів. Підсистемою соціальної комунікації є документна комунікація, що забезпечує створення, обробку, збереження і поширення документної інформації в суспільстві.

Передача документної інформації в суспільстві називається соціальною документальною комунікацією. Сучасні учені так і не дійшли згоди щодо єдиної термінологічної бази: «документальна» чи «документна» комунікація. Г.М. Швецова-Водка і О.П. Коршунова пропонують термін «документальна комунікація», оскільки «комунікація, в якій один елемент є документ» або «комунікація,

опосередкована документом» [2] , щоб зрозуміти особливості документальної комунікації, слід «розглянути інші теоретичні поняття, що характеризують комунікацію взагалі» [8].

Документальна комунікація – це комунікація, яка опосередкована документом, побудована на обміні документами між двома або більше учасниками комунікаційного процесу [4].

Документно-комунікативна система (ДКС) – це підсистема соціальної комунікації, що забезпечує створення, опрацювання, збереження й поширення документної інформації в суспільстві. Система документних комунікацій – це сукупність усіх документів, відправників документної інформації (автор, видавництво), її споживачів (читач, слухач, глядач), фахових посередників (бібліотекарів, бібліографів, спеціалістів у галузі інформації й документації), виробничих процесів (створення, опрацювання, збереження, поширення документів) і відношень між ними, зумовлених як внутрішніми властивостями системи, так і зовнішнім середовищем її суспільного функціонування. Відсутність хоча б одного з елементів ДКС призводить до неузгодженості системи [1, с. 15].

У документно-комунікативній системі виділяють три історично сформовані підсистеми: атрибутивну, функціональну й управлінську.

Атрибутивна підсистема ДКС – це сукупність порівняно самостійних рівнів документної комунікації, утворених за тією чи іншою ознакою документа: – первинно-документний рівень – це всі первинні документи з відповідними каналами. Цей рівень – галузь бібліотечної, архівної, музейної діяльності; – вторинно-документний рівень – галузь інформаційної, бібліографічної і бібліотечної діяльності.

Функціональна підсистема ДКС – це сукупність самостійних рівнів ДКС, утворених за видами документної діяльності. Розрізняють два контури функціональної підсистеми ДКС: рівень документування; рівень опрацювання, поширення, збереження, використання й утилізації документів. Між атрибутивною й функціональною підсистемою ДКС існує тісний зв’язок, і розглядати їх окремо можна лише на теоретичному рівні.

Управлінська підсистема ДКС – це постійне, безперервне впорядкування атрибутивної й функціональної підсистем ДКС. Вона містить регулювання, зміну (при збереженні якісної специфіки) знакової системи, засобів запису, сприйняття та відтворення інформації, удосконалювання матеріальної основи й форми документа, приведення їх у відповідність із зростаючими документними потребами суспільства, а також регулювання всіх процесів, пов'язаних із створенням і функціонуванням документа [3, с. 132].

Отже, під документальною комунікацією слід розуміти комунікацію, опосередковану документом, побудовану на обміні документами між двома або більше людьми. Саме документальна комунікація є важливою складовою будь-якого професійного спілкування.

Література

1. Інформація та документація. Комплектування фонду, бібліографічний опис, аналіз документів. Терміни та визначення. ДСТУ 2394 – 94 – К. : Держстандарт України, 1994. – 89 с.
2. Коршунов О. П. Еще раз о терминологии / О. П. Коршунов // Библиография. – 1999. – № 5. – С. 156.
3. Кушнаренко Н. М. Документознавство: підручник для вузів / Н. М. Кушнаренко. – 4-е вид. – К. : Знання, 2003. – 467 с.
4. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика : навч. посіб. / Т. І. Лук'янець. – 2-е вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2004. – С. 14.
5. Палеха Ю. І. Загальне документознавство : навч. посіб. / Ю. І Палеха, Н. О. Леміш. – К. : Ліра-К, 2008. – 115 с.
6. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т . 1. – С. 7.
7. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова, 2002. – 43 с.
8. Швецова-Водка Г. М. Документальна комунікація як об'єкт загальної теорії документології / Г. М. Швецова-Водка // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія : наук. журнал / Нац. акад. керівн. кадрів культури і мистецтв. — К. : НАКККіМ, 2010. — № 2. — С. 49–53.

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ

Екатерина Кулько
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Горки, Республика Беларусь

КОММУНИКАЦИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЦЕСС

Аннотация. *В материалах систематизировано изложены сведения о сущности и организации коммуникативного процесса. Проанализированы особенности понятий «общение» и «коммуникация».*

Ключевые слова: *коммуникация, общение, социальные связи, межличностные контакты, отношения.*

Annotation. *The materials systematize the information on the nature and organization of the communicative process. The features of the concepts "communication" and "communication" are analyzed.*

Key words: *communication, communication, social relations, interpersonal contacts, relations.*

Анотація. *У матеріалах систематизовано викладені відомості про сутність і організації комунікативного процесу. Проаналізовано особливості понять «спілкування» і «комунікація».*

Ключові слова: *комунікація, спілкування, соціальні зв'язки, межлічностние контакти, відносини.*

Коммуникативный процесс – это необходимая предпосылка становления, развития и функционирования всех социальных систем. Он обеспечивает тесную связь между людьми и их общностями, делает возможным контакт между поколениями, позволяет осуществить накопление и передачу социального опыта, организацию совместной деятельности, трансляцию культуры.

С момента рождения каждый из нас погружен в коммуникационную паутину. Это хаотическое переплетение разнообразных межличностных связей накладывает на нас обязательства, диктует определенную модель поведения, настроений и чувств.

Межличностные связи, установившиеся в общности, к которой мы причастны – не всегда благо. Негативный потенциал межчеловеческой коммуникации ярко представлен во вражде между человеком и коллективом, в конфликтах, отчуждении, агрессии по отношению к новому, непонятному и прочих проявлениях, которые не украшают нашу жизнь. Если мы хотим выбраться из окутавшей вас социальной паутины, это еще не значит, что нам это удастся. Неумелые действия скорее всего приведут к тому, что мы запутаемся еще больше.

Иногда мы вынуждены разрывать связи с людьми и устанавливать новые контакты. Такие решения мы принимаем в критических ситуациях и их принятие сопровождают эмоциональное напряжение и стресс. На такое можно решиться, если ваши цели того стоят. Менее радикальные приемы конструктивной коммуникации состоят в том, чтобы постоянно держать в поле зрения свои связи с другими людьми, обновлять их, видоизменять, оживлять. Лучше самому заниматься своим набором межчеловеческих связей, чем ждать, когда за вас это сделают другие [2; 64].

Конструктивный заряд коммуникации, как показывает опыт, не может проявляться самопроизвольно. Разнообразные связи между людьми, хотя иногда и возникают сама по себе, существуют в этом виде недолго, если ими не заниматься специально. Взаимопонимание, взаимопомощь, доверие – субстанция нежная и она гибнет при неблагоприятных обстоятельствах, которых в нашей жизни предостаточно. Умножать и обогащать такого рода социальные связи – в этом тоже назначение и позитивная сторона практики коммуникации.

Наша участь – быть частью определенной общности людей. Такая общность крепка связями, которые существуют между входящими в нее людьми, и она существует столько, сколько существуют эти связи. Включаться в коммуникацию, самим заниматься коммуникацией значит заниматься этими межличностными связями.

Часто коммуникации приписывают функции общения или подменяют одно понятие другим, считая их синонимами. В чем же отличие общения и коммуникации?

Общение – категория, который характеризует отношения между людьми с точки зрения социальной психологии и культурологии. Развитие личности происходит в человеческом сообществе и характеризуется тем, что индивид находит поддержку своим взглядам и идеям, желаниям и стремлениям в своем окружении. То есть, по факту, он обнаруживает общность (совпадение, сходство) своих взглядов и взглядов других людей, и этот факт удовлетворяет его потребность в сочувствии, дружбе и т.д. Если его взгляды подвергаются критике и осуждению, он вынужден их изменять, согласовывать с воззрениями своего окружения для того, чтобы удовлетворить ту же потребность – быть членом общества [2; 187].

Общение предполагает установление и развитие контактов между людьми, обусловленных их совместной деятельностью и сходными условиями проживания. Процесс общения между людьми ведет к накоплению общих (одинаково значимых) для них тем, проблем, оценок, взглядов, идей и формирует у них идентичное отношение к обсуждаемым предметам. Похожий ход мыслей и чувств сближает людей и способствует их бесконфликтному сосуществованию. Общение – это основополагающая социальная практика, направленная на скрепление человеческой общности, но это не коммуникация.

Коммуникация (лат. communicatio делаю общим, связываю) – эта категория обозначает процесс преобразования первоначально автономных социальных единиц в целостные образования. Это социальная деятельность по связыванию таких единиц, в которой они сами принимают участие. В результате коммуникации ранее разрозненным участникам этого процесса становятся свойственны качества общности, единства и целостности.

Основная задача коммуникации состоит в преобразовании отношений между людьми (индивидами и группами) в межличностные связи, выступающие как обязательный элемент жизни и деятельности человека. Практика коммуникации приводит к изменению социальных структур разного масштабного уровня. В этом заключается наиболее очевидное отличие коммуникации от социальных практик обмена, общения и трансляции, которые осуществляются на базе сложившихся

социальных структур. Арсенал технических средств и приемов обеспечения связи между людьми, основанных на механизмах информационной сферы, является общим для всех перечисленных видов социальных практик.

Отличие коммуникации от других социально-культурных процессов, скрепляющих социум, выражается в иной расстановке акцентов между ее технологической составляющей и социальными установками. В случае механизмов обмена, общения и трансляции, функционирующих в социальном пространстве в режиме воспроизводства его характеристик, предпочтение отдается традиционным установкам, так как эти механизмы есть достояние многовековой традиции. Иными словами, говоря, общаться, обмениваться мыслями, впечатлениями, переживаниями, доносить смысл явлений и фактов до собеседников и прочий подобный опыт человек приобретает в ходе взросления и в «естественных условиях» – перенимая образцы, обучаясь на своих и чужих ошибках. Конструктивная установка практики социальной коммуникации предполагает наличие специальных знаний и подготовки для тех, кто занят преобразованием рисунка социальных структур с целью переведения их «естественного» состояния в вид, отвечающий требованиям времени [3; 254].

Литература

1. Общая социология: Учеб. пособие для студентов вузов. / Е. М. Бабосов. - 2-еизд., стер. - Мн.: «ТетраСистемс», 2004. – 640 с.
2. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 1999. – 352 с.
3. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов/Л. Н. Федотова. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.

Temel Karaaslan
Moldova State University,
Chisinau-Republic of Moldova

THE EVALUATION PROJECT MEDIA LITERACY EDUCATION IN TURKEY

У статті розглянуто поняття "розвиток практичної діяльності медійної освіти в Туреччині" в контексті сучасного соціального спілкування в суспільстві.

Ключові слова: *комунікація, медіа освіта, Туреччина, засоби масової інформації,*

В статье рассмотрено понятие "развитие практической деятельности медийного образования в Турции" в контексте современного социального общения в обществе.

Ключевые слова: *коммуникация, медиа образования, Турция, средства массовой информации,*

The article describes the concept «development practical activity of media education in Turkey« in the context of modern social communication in society.

Keywords: *communication, media education, Turkey, mass media,*

Media Literacy;

The knowledge and skills necessary to understand all of the mediums and formats in which data, information and knowledge are created, stored, communicated, and presented, i.e., print newspapers and journals, magazines, radio, television broadcasts, cable, CD-ROM, DVD, mobile telephones, PDF text formats, and JPEG format for photos and graphics**[4, 1856].**

The translation of the information literacy term from English into other languages is difficult, so information professionals from different countries should consider which words convey the right meaning to avoid semantic rejection by their learning communities.

In Turkish, the information literacy literal translation is strongly related to the general concept of “Literacy.” Teachers and faculty particularly dislike the term information literacy because of the correlation

to the “rather” basic skills of reading and writing. The most commonly accepted term is “Medya Okuryazarlığı”**[2]** / Development of information skills, a definition that, instead of using a noun, stresses the information literacy process.

One of them claimed that she had difficulties during the lectures for this reason she had a hard time preparing the lessons by visiting the relating web-site www.medyaokuryazarligi.org.tr

The materials which comprise the content of the course within the project and which were used for the lecturing of the course are mentioned under the titles of teachers and students. In the part related to teachers we see the page “media education manual, annual plan, teaching plan, teachers guide” manual pool activities and the project page. The part reserved for teacher activities is however not yet filled in. Under the title related to students in the website however are the media literacy manual for students, schooling program, useful links and games.

The teacher’s handbook for primary school media literacy course, Media education handbook for teachers prepared for teachers and the Media literacy handbook for students prepared for students are the Turkish translations of texts prepared by UNESCO **[6, 5].** Said materials are uploaded in the media literacy website set up by the Radio and Television Supreme Council(RTUK).

This project which is tried to be brought to life in Turkey with the cooperation of the Ministry of National Education and Radio and Television Supreme Council is a belated yet significant step for Turkey. This study assesses the point arrived by taking up both the standing of the media education provided in elementary school within the media literacy project which has a ten years past in Turkey and the problems encountered in practice. Therefore, it has been determined that problems are encountered in the functioning of the media education project when putting theory into practice, i.e.in the implementation thereof. To protect students against the negative and harmful influences of media, teachers should benefit from the “Media Literacy” class which was put in programs in 2007-2008 education years **[6, 6].**

Turkey, a secular state with a population of 99, 2 per cent Muslims **[1]** is of strategic importance with its geopolitical location where west meets

east. Following 1999, the year of its official candidature to the European Union, Turkey is currently a country at the doorstep of EU although various debates on her status of democratization, human rights and fundamental freedoms in the country are still ongoing. Turkish citizens are predictably in need of critical approach in such above media environment. However, they do not have knowledge about the new media ownership structure, the close relationships between the media-politics-business world and the deconstruction of the messages. Since Turkey is still a developing country with a high degree of dependency on the global media, Turkish citizens' increasing level of critical thinking and self-expression through the media literacy would be the core element to expand the culture of democracy. Through the media literacy would be the core element to expand the culture of democracy **[2, 14].**

On the other hand the current Turkish media, in particular popular TV has a very big influence on the daily life of citizens. According to a study by UNESCO in 2005, Turkey is the second country in the world watching TV on an average 3.5 hours per day. Turkey has directly passed to the audio-visual culture without completing the transition process from the oral to the written culture. As a result, the circulation of newspapers is quite low (4-4.5 million per day) for a population of 75 million. Even though the population of the country has doubled since 1960, this rate has stood still. Although more than 300 private TV stations (24 of them are nation-wide), more than 1000 private radio stations and 700 newspapers exist, this does not signify that there is pluralism within the media. There are mainly four big groups controlling the mainstream media, which do not give any chance for local ones to survive. Turkish media is over-dependent on technology and importation is required to replace by investing on qualified human resources and productivity **[5, 36].**

These analyses may focus on people's television viewing habits, political preferences, brand choices, shopping habits, where they exercise, their health conditions, social statuses etc. As a result, the clash of at least two analyses made on the data set that is acquired from social media would lead to better decisions.

Today, poor content of media is still under discussion in Turkey, as tabloidization and infotainment became a major trend for those private

media in a competitive environment. This was particularly the case of television, where very few programmes were considered to qualify as fine in terms of content quality. The print media followed very similar developments. Issues around women were the major «material», with some sections in newspapers devoted to pictures of naked women **[3, 10].**

Conclusion and assessment,

Turkey, a country which has not yet completed its process of democratization, is still far away from being a media literate society with the slow advances taken for the development of it's infrastructure, debates on human rights and fundamental freedoms. In our country, although some useful studies have been conducted in the recent years about the protection of children's rights and their right to access information, the body of research in this area is still limited.

REFERENCES:

1. Anadolu Ajansı (AA) [Erişim Tarihi: 03.02.2018] www.aa.com.tr/tr/yasam/turkiyede-dini-hayat-arastirmasi/141424

2. Binark, M. AND M. Gencel BEK *Eleştirel Medya Okuryazarlığı.* İstanbul: Kalkedon, 2007

3. Cankaya, Ö. *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, İstanbul: Beta Yayım Dağıtım A.Ş.1997

4. Chambers English Dictionary 9 Ed. Edinburgh: W. and R. Chambers and Cambridge: Cambridge University Press. 2003. - 1856 p.

5. İnceoğlu Y, *"International Media",* Der Publications, İstanbul, 2004.

6. M E B & R T Ü K İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu, Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı. 2006.

Нафиса Зиявитдинова
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара, Узбекистан

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

Анотація. *У даній статті розглядаються основні завдання, цілі та роль соціальної комунікації у всецілому розвитку суспільства в умовах глобалізації.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются основные задачи, цели и роль социальной коммуникации во всецелом развитии общества в условиях глобализации.*

Annotation. *This article examines the main tasks, goals and role of social communication in the overall development of society in the context of globalization.*

В современных условиях развития общества на фоне смены технологических, коммуникационных и социальных парадигм можно наблюдать нарастание степени социальной взаимосвязи общества, повышение уровня культуры, общения и многих других эстетических аспектов повседневной жизни, и важнейшей составляющей этого социального взаимодействия является социальная коммуникация.

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. Невербальная коммуникация значительно древнее вербальной. Она включает в себя жесты и мимику, танец, музыку, изобразительное искусство, скульптуру и архитектуру. В самом деле, оставшиеся от прошедших веков инженерные сооружения, храмы, дворцы, скульптуры, картины без слов передают информацию о жизни, чувствах, взаимоотношениях давно умерших людей.

Под социальной коммуникацией понимается движение в социальном пространстве во времени различных знаний, умений,

эмоций. Фактически, это общая форма передачи информации в виде объективно определенных массивов данных, сгруппированных по какому-либо признаку.

Впервые термин «коммуникация» появился в научной литературе в начале XX века. Коммуникация (от лат. "communicatio") означает делать общим, связывать, беседовать, сообщать, передавать. Сегодня понятие «коммуникация» используется достаточно активно не только представителями гуманитарных и естественных наук, но и специалистами в области информационных технологий.

С позиции социологии коммуникация – это необходимая предпосылка функционирования и развития всех социальных систем, т.к. она обеспечивает связь между людьми, позволяет им накапливать и передавать социальный опыт, обеспечивает разделение труда и организацию совместной деятельности.

Практика показывает, что наиболее эффективной формой коммуникации является форма диалога. Она предполагает, что каждый из участников активен, самостоятелен и несет личностное своеобразие. Вступая в диалог, люди исходят из признания ценности и значимости позиции другой стороны, стремясь понять друг друга. Коммуникативная компетентность проявляется в различных сферах коммуникативного взаимодействия.

Социальная коммуникация решает несколько основных взаимосвязанных задач:

- интеграция отдельных индивидов в социальные группы и общности;
- внутренняя дифференциация общества (группы, общности, социальные организации и институты);
- обособление различных групп, общностей друг от друга в процессе социального взаимодействия, что приводит к более эффективному выполнению присущих им функций.

Социальная коммуникация – это не только передача информации от человека к человеку, но и от одной системы к другой, то есть массовая коммуникация.

Под массовой коммуникацией понимается совокупность современных технических средств, позволяющих социальному автору

обращаться к максимально многочисленной аудитории. Если представить все виды коммуникации в виде пирамиды, то массовая коммуникация является ее вершиной, где перекрещиваются и интегрируются интересы и ожидания всех индивидов — членов различных социальных структур.

Основные средства массовой коммуникации — это пресса, телевидение, радио, реклама, Интернет. Телевидение занимает лидирующую позицию в ряду средств массовой коммуникации, и его влияние растет с каждым годом. Результаты исследования, проведенного Институтом социологии РАН, явно демонстрируют приоритет телевидения в системе способов проведения свободного времени у представителей разных поколений.

Средства массовой информации в современном обществе выполняют ряд важных социальных функций, прежде всего, функцию социализации личности.

Процесс формирования человека как социального субъекта называется социализацией – процессом формирования знаний, мнений, взглядов, убеждений, мировоззрения, а также приобретения социального статуса и социальных ролей. Особенностью современного общества является то, что средства массовой коммуникации значительно расширяют поле возможностей социализации индивида в самых разных сферах и направлениях.

Особенно глобально это имеет место при профессиональной социализации личности в условиях становления постиндустриального информационного общества. Например, если раньше в традиционных обществах процесс социализации в значительной степени проходил в малых социальных группах (в семье и на уровне межличностной коммуникации), то в настоящее время он протекает одновременно в контексте больших и разнообразных социальных, политических и культурных общностей и групп, в том числе и в виртуальном киберпространстве. Средства массовой информации в силу своей специфики и большого психологического потенциала воздействия на людей выполняют функцию распространения, воспитания и внедрения в образ жизни населения норм, правил и моделей поведения. Средства массовой информации способствуют процессу интеллектуализации

населения, в частности, развитию концептуального восприятия социальной реальности.

Важной функцией средств массовой информации является их консолидационная роль в обществе. В современном обществе институт средств массовой информации стал серьезным центром поддержки социальных связей между людьми, разными частями общества.

Таким образом, роль социальной коммуникации в жизни человека очень велика, ибо человек, оторванный от общества, может потерять дар речи и даже лишиться способности осознавать, что он вообще является человеком. В современном мире нам необходимо повысить уровень нашей коммуникабельности, приложить усилия для того, чтобы установить тесные взаимоотношения между различными государствами с целью улучшения качества жизни, всеобщего развития всей глобальной инфраструктуры, прекращения войн и распрей.

Литература:

1. Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации: учебное пособие для вузов / – М.: Дрофа, 2009. - с.203.
2. Луман, Н.Медиа коммуникации / Н. Луман. – М., 2005. – с.256.
3. Серегина И.И. Коммуникативная компетентность как фактор эффективного менеджмента // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Книга 2. М, ИС РАН, 2000.
4. Стриганкова Е.Ю. Коммуникация как культурный код и социальное действие // Социокультурные проблемы языка и коммуникации. 2009. № 5 – с. 7-17.

Ольга Курыло
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия,
г. Горки, Республика Беларусь

ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЩЕНИЕ КАК СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ И ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. *В статье рассматривается педагогическое взаимодействие как фактор профессионально-личностного развития студентов. Анализируется проблема коммуникации на разных этапах адаптации студентов к обучению в вузе.*

Ключевые слова: *педагогическое общение, межкультурная коммуникация, адаптация, студент, профессионально-личностное развитие.*

Abstract. *The article deals with pedagogical interaction as a factor of professional and personal development of students. The problem of communication at different stages of students' adaptation to higher education is analyzed.*

Key words: *pedagogical communication, intercultural communication, adaptation, student, professional and personal development.*

Анотація. *У статті розглядається педагогічна взаємодія як фактор професійно-особистісного розвитку студентів. Аналізується проблема комунікації на різних етапах адаптації студентів до навчання у вузі.*

Ключові слова: *педагогічне спілкування, міжкультурна комунікація, адаптація, студент, професійно-особистісний розвиток.*

В настоящее время для профессионально-личностного развития студентов важнейшим является конструктивное педагогическое взаимодействие. В связи, с чем для достижения эффективного профессионально-педагогического общения значительно возросли требования, предъявляемые к компетентности преподавателей, существенной составляющей которой является подготовка к профессионально-педагогическому общению. Зачастую возникают

сложности при взаимодействии с иностранными студентами, что может быть обусловлено межкультурных, языковым барьером, неготовностью преподавателя к взаимодействию, сложностями в адаптации данной категории студентов и т. д.

Для студентов и преподавателей возникает проблема необходимости межкультурной коммуникации, которая с точки зрения С.Г. Тер-Минасова подразумевает адекватно взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам. Коммуникативная сторона общения, связана с выявлением специфики информационного процесса между людьми партнерами, как активными субъектами, т. е. с учетом отношений между партнерами и их установок, целей, и намерений, что приводит не просто к передаче информации, но к уточнению и обогащению тех знаний, сведений, мнений, которыми обмениваются люди. Общение представляет собой построение общей стратегии взаимодействия. Средствами коммуникативного процесса являются различные знаковые системы, прежде всего это речь. В связи с этим, зачастую между иностранными студентами и преподавателями возникает языковой барьер, который может быть обусловлен незнанием или слабым знанием языка, психологической установкой студентов, связанной с низкой самооценкой своих знаний русского языка, что может препятствовать участию в коммуникативных актах на этом языке.

Сложным и неоднозначным является период адаптации и социализации иностранных студентов на начальном этапе обучения является. В данный период времени происходит погружение в новую социокультурную среду, в которой акцентируется внимание на нормах и ценностях культуры.

Основные причины, обуславливающие уровень адаптации, условно можно разделить на три группы: объективные, объективно-субъективные и субъективные. Объективные причины не зависят от самого студента. Они обусловлены учебной деятельностью вуза и условиями жизни в отрыве от семьи и родины (новые формы обучения, нетрадиционные (для многих) формы контроля занятий, обязательная посещаемость занятий, большой объём самостоятельной работы,

новый коллектив, новая обстановка, жилищные условия, организация питания и т.п.). Объективно-субъективные причины - недостаточное знание предмета в средней школе, слабые навыки самостоятельной работы, неумение организовать себя, самоконтроль, отсутствие системного контроля. Эти причины зависят как от самого студента, так и от других факторов, не зависящих от него. Субъективные причины зависят от личности самого студента (пропуск занятий без уважительной причины, нежелание учиться, случайный выбор вуза, неумение преодолеть возникшие трудности, слабость характера, застенчивость и т.п.) [4, 83].

Стоит отметить, что языковой барьер и национальные особенности зачастую являются причиной того, что студенты-туркмены держаться особняком, общаются с представителями только своей национальности.

В адаптационный период студенты могут испытывать значительные эмоциональная перегрузка, которые могут заключаться в необходимости устанавливать новые контакты как по горизонтали (со студентами-белорусами), так и по вертикали (с преподавателями, администрацией вуза), самостоятельно распределять бюджет, обслуживать себя. Также немаловажным является то, что обучение носит интенсивный характер, т.к. необходимо изучать новый язык, дисциплины преподаются для туркменов на иностранном языке, а также изучаемый материал обладает высоким научным содержанием. Из-за переутомления и повышенных физических нагрузок может возникнуть физическое напряжение, к которому относится дискомфорт в мышцах, ногах, спине, глазах и т.д. В процессе деятельности в таких сложных для иностранного студента условиях может возникнуть психологическое напряжение, чаще всего проявляющееся в стрессе [2, 48].

Очевидно, что межкультурная коммуникация иностранных студентов и преподавателей формируется и происходит в неразрывной связи с их адаптацией. Общение между преподавателем и иностранными студентами как представителями разных культур может, быть успешным или нет. Для достижения успешной коммуникации должна быть высокая социальная компетентность

контактируемых, т. е. желание понимать и слышать друг друга, умения слушать, аргументировать сказанное, взаимное уважение и принятие, признание авторитета преподавателя, доверие к источнику информации [1, 79].

По мнению В.И. Волынкина для эффективного педагогического общения преподаватель должен уметь вступать в контакт при любых условиях, даже без знания языка-посредника; управлять своими эмоциями, особенно при разрешении конфликтов; осознавать особенности своей культуры по сравнению с культурой обучаемых; управлять самочувствием и настроением при любых обстоятельствах; создать психологический контакт и тёплую эмоциональную атмосферу в аудитории; воздействовать на иностранную аудиторию в зависимости от ее национального состава; уметь организовать научную и творческую деятельность студентов-иностранцев; не допускать межкультурных и иных конфликтов в аудитории; выдерживать оптимальный темп общения; понимать мотивы поведения иностранных студентов при общении с преподавателем и между собой [3, 115].

Педагогическое общение преподавателя с иностранными студентами должно обеспечивать благоприятный социально-психологический климат обучения, создавать наилучшие условия для развития мотивации студентов к адаптации к новой социокультурной среде, обеспечивать управление социально-психологическими процессами в учебных группах.

В процессе адаптации происходят личностные изменения личности иностранного студента. В связи с этим преподаватель должен стремиться использовать все возможные средства эмоционального и психологического воздействия для создания нормальной атмосферы в учебной группе, избегать давления и назидательности, а также авторитарного тона в общении с учащимися. Технология обучения должна быть направлена на академическую, социально-психологическую и социокультурную адаптацию иностранных студентов, которая бы способствовала успешному межличностному, межкультурному и профессиональному общению.

Возможность педагогического общения преподавателя и иностранных студентов складывается в ходе их педагогического взаимодействия, которое представляет собой образовательный и воспитательный процесс, направленный на развитие личности иностранного студента. Педагогическое общение – это не только коммуникации, но и сложная система взаимоотношений между двумя сторонами, представляющими различные культуры, возраст, пол, образ жизни и прочее. Можно сказать, что эти две стороны взаимно влияют друг на друга в процессе межкультурного педагогического общения [4, с. 92].

При организации учебно-воспитательного процесса педагог должен учитывать особенности национального менталитета иностранных студентов, специфику прохождения ими периода адаптации и социализации. Таким образом, можно отметить, что педагогическое общение преподавателя и иностранных студентов – не только обмен учебной информацией, но и взаимодействие педагога и учащихся, направленное на образование, воспитание и развитие студентов-иностранцев. В связи с тем, что современный вуз – это поликультурное пространство, в котором происходит диалог культур представителей разных народов, преподаватели высшей школы должны владеть организацией межнационального и межкультурного общения.

Литература:

1. Арсеньев, Д. Г. Социально-психологические и физиологические проблемы адаптации иностранных студентов / Д.Г. Арсеньев, А.В. Зинковский, М.А. Иванова. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2003. – 160 с.

2. Витенберг, Е. В. Социально-психологические факторы адаптации к социальным и культурным изменениям / Е. В. Витенберг. – СПб, 1995 – 367 с.

3. Волынкин, В. И. Педагогика в схемах и таблицах [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / В.И. Волынкин. – 2-е изд. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 283 с.

4. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация/ С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слова, 2000. – 624 с.

Олена Шевченко, Аліна Сабатин
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МЕРЕЖЕВИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Аналізується феномен мережевих засобів масової інформації у сучасному світі, зокрема використання в них новітніх інформаційних технологій, розглядаються аспекти функціонування мережевих ЗМІ, їх поділ на групи.

***Ключові слова**: інформаційні технології, мережеві ЗМІ, Інтернет, мультимедіа, журналістика.*

Анализируется феномен сетевых средств массовой информации в современном мире, в частности использование в них новейших информационных технологий, рассматриваются аспекты функционирования сетевых СМИ, их разделение на группы.

***Ключевые слова:** информационные технологии, сетевые СМИ, Интернет, мультимедиа, журналистика.*

The phenomenon of network mass medias is analysed in the modern world, in particular the use in them of the newest information technologies. The aspects of functioning of network MASS-MEDIA are examined their dividing into groups.

***Keywords:** information technologies, network MASS-MEDIA, Internet, multimedia, journalism.*

Друга половина XX століття стала періодом справжньої революції у сфері інформаційних технологій (ІТ). З появою мережі Інтернет, настільного зв’язку, миттєвою передачею тексту, звуку і відеозображення на відстані, відбувся перехід людської цивілізації на якісно новий рівень її розвитку, таким чином були кардинально переглянуті принципи роботи в багатьох сферах, у тому числі і в журналістиці. Інтернет-журналістика посідає важливе місце у сучасному інформаційному просторі, її особливостями є оперативність, динамічність, постійна взаємодія з читачами та можливість діалогу з ними в режимі реального часу.

Мережеві засоби масової інформації (далі – ЗМІ) можна визначити як регулярно оновлюваний ресурс в мережі Інтернет, що розповсюджує соціально значиму інформацію. Значимою перевагою мережевих ЗМІ є загальнодоступність, за умови доступу до Інтернету, перебуваючи в будь-якій точці Землі можна прочитати мережеву версію газети, що і стало мотивом для створення більшості Інтернет-версій газет, українських також.

Питання виникнення і розвитку інтернет-ЗМІ вже тривалий час аналізуються західними вченими, а в останні роки стають об’єктом досліджень і вітчизняних політологів, соціологів, економістів.

Означена наукова публікація присвячена розгляду не досить дослідженого питання щодо використання новітніх інформаційних технологій в мережевих ЗМІ, тому її можна вважати досить актуальною.

Розвиток сучасного суспільства характеризується всезростаючим впливом інформаційних процесів на розвиток і функціонування соціальної, політичної, економічної, культурної сфер, що потребує всебічного систематичного вивчення структурно-функціональних характеристик сучасних ЗМІ як одного з найвпливовіших соціальних інститутів. Входження людства в нову інформаційну епоху потребує вивчення новітніх інформаційних технологій в системі мережевих ЗМІ, що й виступає метою даної публікації.

Важливі питання впливу інформаційних технологій на суспільство в цілому та на журналістику зокрема розкриті в працях В. В. Різуна «Теорія масової комунікації» [7, 164-177], О. К. Мелещенка «Комп'ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України в світовий інформаційний простір» [6] і В. Ф. Іванова «Комп’ютерні системи і газетна практика: нові можливості» [5, 187-191].

Український науковець Ситник О.В. досліджуючи інформаційні, Інтернет-технології, які використовуються у сучасних мережевих ЗМІ, можливості швидкого продукування та розповсюдження журналістських матеріалів, допоміжні сервіси для обробки та публікації новинного контенту, аналізує переваги продукування мультимедійних публікацій. «Раціональне використання мережевими

ЗМІ інформаційних технологій позначається на їхній ефективності, інтенсифікується зворотній зв'язок з читацькою аудиторією, що впливає на процес вивчення, відображення та формування суспільної думки, надає можливості для дослідження споживацьких інтересів і оптимізації контенту відповідно до потреб аудиторії ресурсу. Часто інформаційні інтернет-технології пов'язані між собою, залежать одна від одної, спрощують або взаємовиключають одна одну» - стверджує О. В. Ситник [1,134].

Різноманітні аспекти функціонування мережевих ЗМІ у своїх роботах досліджували такі українські науковці як Л. Городенко «Класифікація новітніх медіа» [4, 69-75], В. Шкляр «Мас-медіа і виклики нового століття» [8], І. Артамонова «Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні» [3] та ін.

Так, І. М. Артамонова розділяє Інтернет-ЗМІ на три основні групи: оригінальні ЗМІ, клони та гібриди, котрі відрізняються між собою у питанні інформаційних підходів, зокрема у характері оновлення новин та їх упаковки, маркетингових стратегій, та у питанні використання інтернет-технологій - інтерактивних можливостей, гіпертекстових посилань. Клони, як правило, повністю копіюють друковані видання у структурі, наборі рубрик, текстових форматах, а публікуються частіше за все або одномоментно, або із деяким запізненням. Гібриди (модифіковані онлайн-версії традиційних видань) виходять у вигляді електронного варіанту конкретного друкованого видання зі своїм власним режимом роботи та форматом. Матеріали у гібридних інтернет-ЗМІ часто наповнюються гіпертекстовими посиланнями на інші інтернет-ресурси, що дозволяє значно розширити інформаційне поле. Оригінальні інтернет-видання не мають друкованих аналогів і характеризуються наступними якостями: публікація матеріалів у режимі нон-стоп; посилання на інші джерела; вільний доступ до архівів; інтерактивна взаємодія з читачами тощо [2, 7-8].

У тому випадку , якщо газета вирішить створити свою Інтернет-версію їй необхідно для неї створити окрему редакцію . Вивішування газети в Інтернет як є та ще в pdf –форматі не є Інтернет –версією газети , а навпаки погіршує її становище на медіаринку. Запуск окремого

Інтернет-проекту дозволяє розширити тематику, встановити контакт з читачами, розширити авторський склад , створити віртуальний клуб читачів газети.

Усе це вимагає плекання нового покоління професіоналів, які комплектують мегамедійні конструкці і здатні до переформатування контенту відповідно до вимог нових медійних платформ. Йдеться зовсім не про копірайт, а про творчу переробку вихідного змісту для різних каналів з метою використання всіх їх переваг.

Отже, зважаючи на вищеозначене, можна сказати, що у зв'язку із стрімким динамічним розвитком інформаційних технологій (постійним оновленням, доповненням, появою нових, трансформацією) унеможливлюється їх вичерпний огляд. На сучасному етапі в мережі Інтернет представлені технології, що будуть корисними на всіх етапах журналістської діяльності — від пошуку до розповсюдження інформації. Це - медіавіруси (технології розповсюдження інформації в мережі Інтернет), сервіси для онлайн-трансляції (YouTube, LiveStream тощо), системи синдикації новин (з метою розповсюдження займаються збором новин з Інтернет-видань: Google News, NewsIsFree, тощо), пошукові системи, електронна пошта та ін.

Мережеві ЗМІ за рядом показників випереджають традиційні, щохвилини розширюють свою цільову аудиторію, а в умовах прискореного темпу життя поступово стають пріоритетними і доступними. Цей процесс слід досліджувати, вивчаючи шляхи використання працівниками ЗМІ нових технологій в on-line журналістиці, визначаючи її перспективи. Впровадження новітніх інформаційних технологій в мережеві ЗМІ відбувається досить стрімко та динамічно, перетворюючись на головне джерело інформації для мільярдів людей у всьому світі, є найбільш пристосованим до життя у сучасному інформаційному просторі. Максимальне використання унікальних ознак Інтернет-ЗМІ – гіпертекстуальність, інтерактивність та мультимедійність допоможе вдосконалити вітчизняну журналістику та вивести її на якісно новий рівень.

Література

1. Ситник О. В. Використання сучасних інформаційних технологій в мережевих ЗМІ [Електронний ресурс] / О. В. Ситник // Current issues of mass communication. – 2013. –. Is. 14. – С. 132-134. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2013_14_29.
2. Артамонова І. М. Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі) [Текст] / І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. Серія: Філологія. – 2007. – №2. – С. 5-9.
3. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні: монографія / І. М. Артамонова. – Донецьк : Либідь, 2009. – 416 с.
4. Городенко, Л. М. Класифікація новітніх медіа [Текст] / Л. М. Городенко // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. — 2012. — Т. 49. — Жовтень–грудень. — С. 69–75.
5. Іванов В.Ф. Комп’ютерні системи і газетна практика: нові можливості [Текст] / В. Ф. Іванов// Збірник праць наук.-дослід. центру періодики / Львівська наукова бібліотека ім. В.Стефаника. – Вип.І. – Львів, 1994. – С.187 – 191.
6. Мелещенко О.К. Комп`ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України в світовий інформаційний простір : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : спец. 10.01.08. «Журналістика» [Текст] / Олександр Костянтинович Мелещенко; Київський ун-у ім. Тараса Шевченка. - Київ, 1998. – 41 с.
7. Різун В. В. Теорія масової комунікації: навч. підруч. / В.В. Різун.— Київ: Просвіта, 2008.— С. 164-177.
8. Шкляр В. І. Мас-медіа і виклики нового століття [Текст] / В. І. Шкляр. – Київ : Грамота, 2003. – 48 с.

Нафиса Раджабова
Академический лицей Бухарского медицинского института
Бухара, Узбекистан

ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И МОДЕЛИ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: *В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становиться осознанным, связанным вербальными и невербальными актами.*

Ключевые слова: *общение. коммуникация, социальной коммуникация, передача информации, процесс, механизм, коммуникатор, реципиент. содержание, цель, средства. аудио-вербаль, кинесико-тактиль*

Анотація: *В принципі спілкування характерне для будь-яких живих істот, але лише на рівні людини процес спілкування ставати усвідомленим, зв'язаним вербальним і невербальним актами.*

Ключові слова: *спілкування. комунікація, соціальної комунікація, передача інформації, процес, механізм, комунікатор, реципієнт. зміст, мета, засоби. аудіо-вербален, кінесіка-тактіль*

Annotation: *In principle, communication is characteristic of any living beings, but only at the level of a person the process of communication becomes conscious, connected by verbal and non-verbal acts.*

Key words: *communication. communication, social communication, information transfer, process, mechanism, communicator, recipient. content, purpose, means. audio verbal, kinesiko-tactile*

Социальная коммуникация

1. Основные определения и модели процесса коммуникации

Социальная коммуникация это:

передача информации, идей, эмоций посредством знаков, символов

процесс, который связывает отдельные части соц. систем друг с другом.

механизм, посредством которого реализуется власть (власть, как попытка определить поведение другого человека).

Модель по Г. Лассуэлу:

В процессе коммуникации выделяют 5 элементов:

Кто - коммуникатор (тот, кто передает и формирует сообщение)

Что - сообщение

Как - способ передачи сообщения, канал

Кому - аудитория, которой адресуется сообщение

Зачем - с каким эффектом, эффективность

Какие бывают эффекты:

поведенческий эффект

оценочные (аксиологические) эффекты

эмоциональный эффект - влияние на страсти человека

познавательный (когнитивный) эффект

2. Виды социальной коммуникации

По характеру аудитории

межличностная (индивидуализированная)

специализированная (групповая)

массовая

По источнику сообщения

официальная (формальная)

неформальная

По каналу передачи

вербальная

невербальная

Виды коммуникации различаются практически по каждому элементу процесса коммуникации.

3. Общественное мнение и социальные стереотипы как результаты массовой коммуникации.

Социальный стереотип

Это упрощенный образ социальных объектов или событий, обладающий значительной устойчивостью. Устойчивость стереотипов может быть связана с воспроизведением традиционных способов восприятия и мышления. В свою очередь такие способы восприятия и мышления могут воспроизводить доминирование одних социальных групп над другими.

Существование стереотипов может быть частью формирующегося "образа врага". В этом случае они могут навязываться искусственно.

Положительное значение стереотипов - помочь ориентироваться в обстоятельствах, не требующих аналитического мышления.

Отрицательное значение связано с возможным возникновением неприязни, вражды между национальными группами; а так же с тем, что они подменяют анализ информации воспроизведением стандартов поведения и оценки.

Существование стереотипов может влиять на формирование общественного мнения.

Общественное мнение

Это оценочные суждения групп людей относительно проблем и событий действительности. Существование общественного мнения подразумевает наличие проблемной ситуации, относительно которой возможна дискуссия и коллективного субъекта, способного осознать собственные интересы и дискутировать относительно их реализации. Общественное мнение выступает в экспрессивной (т.е. связанной с выражением эмоций), контрольной и директивной функциях.

Информационные барьеры

Это препятствия, возникающие в ходе передачи и восприятия сообщений.

Возможные информационные барьеры:

технические

психофизиологические (связаны со способностями человека концентрировать внимание, способностью скорописи)

знаковый и смысловой (подразумевает способность распознавать знаки, знать слова и термины спец. языков; умение восстанавливать смысл знака в определенном контексте)

ситуационный (возникает, когда сообщение неактуально для человека в данной ситуации)

4. Слухи как пример неформальной коммуникации

Слухи - сведения, достоверность которых не установлена и которые передаются от человека к человеку посредством устной речи.

Слухи различают по содержанию, по информационному наполнению, по потребностям.

слух-мечта

слух-пугало

слух-разделитель

Факторы распространения слухов

проблемная ситуация, создающая информационную потребность

неудовлетворительность или отсутствие информации; информационная неопределенность

уровень тревожности индивидов

Распространителями и пользователями слухов оказываются высокостатусные группы.

Результаты воздействия слухов (по уровням взаимодействия)

а) индивидуальный уровень

адаптация к среде

дезинтеграция индивида

б) групповой уровень

сплочение

разобщение

в) массовый уровень

изменения общественного мнения и коллективного поведения

Неоднозначность результатов воздействия слухов делает их практически неуправляемыми. Профилактика слухов может быть сведена к распространению своевременной обширной и убедительной информации.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц - М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М .. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе – М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Ван Ли
Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова
Москва, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОПУЛЯРНЫХ МЕДИЦИНСКИХ ЖУРНАЛОВ КИТАЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Успіхи китайської медицини багато в чому пояснюються тим, що знання здобуті наукою, протягом останнього століття активно поширюються популярними виданнями. Сформована комплексна система популярних медичних журналів, розрахованих на різні групи населення країни.

Успехи китайской медицины во многом объясняются тем, что знания добытые наукой, на протяжении последнего столетия активно распространяются популярными изданиями. Сформирована всеохватывающая система популярных медицинских журналов, рассчитанных на самые разные группы населения страны.

The successes of Chinese medicine are largely due to the fact that knowledge gained in science, during the last century, actively disseminated popular editions. The complex system of popular medical journals, designed for different population groups of the country, has been formed.

Успехи китайской медицины во многом объясняются тем, что знания добытые наукой, на протяжении последнего столетия активно распространяются популярными изданиями. Одним из, наиболее уникальным является журнал «Популярная медицина», составленный из лучших, наиболее интересных и содержательных сюжетов, аудитории нравится. Журнал занимает первое место среди научно-популярных изданий Китая. Сейчас в журнале можно прочитать: о профилактике и лечении заболеваний, о правилах здорового образа жизни, о новостях и достижениях в области медицины и фармацевтики. В журнале публикуются рецепты полезных блюд, подробности диет, секреты красоты и привлекательности, консультации специалистов по вопросам семейных отношений,

здоровья и развития детей, иллюстрируемые упражнениями по физическому совершенствованию, фитнесу.

Тираж журнала «Популярная медицина» насчитывает уже более 150 миллионов экземпляров, на зарубежный рынок вышли 400 тысяч экземпляров, зарубежная аудитория достигла миллиарда человек.1 Однако сейчас набирают вес и новые издания. В 1981 году вышел в свет журнал «Семейное здоровье» (первоначальное название: "Популярная медицинская наука"). Он был основан Управлением здравоохранения Шаньдуни. Формат журнала А - 4, объем - 64 страницы, из них 4 - цветные страницы. Журнал сориентирован на массовую аудиторию, прежде всего – на население сельской местности. О высоком уровне научно-популярных медицинских знаний, публикуемых в нем, говорят не только те люди, которые являются его читателями, но и специалисты из Министерства здравоохранения. А китайская ассоциация по здравоохранению аттестовала его как лучший здравоохранительный журнал в Китае. В 2000 году он был назван в десятке ведущих журналов Шаньдуна, выдающимся периодическим изданием на востоке Китая, в 2003 году получил номинацию "Второй национальный журнал» и Национальную Премию. Журнал имеет тираж 200 000 экземпляров и является идеальным изданием для рекламы медицинского оборудования, медикаментов, косметики.[2]

Следующий научно-популярный медицинский журнал Китая - «Научное питание», издается с 1972 года в провинции Ляо Нинь. Это издание стало первым научно-популярным ежемесячным журналом о здоровом питании населения. Журнал заслужил хорошую репутацию среди читателей и имеет большую аудиторию – 200 тысяч человек. Питание является необходимым и первым условием жизни. Неудивительно поэтому, что все универсальные естественнонаучные концепции включали в себя как важную и необходимую часть теорию питания.

«Научное питание» учит население тому, как "безопасно кушать, кушать на здоровье!". Журнал создан с целью оказания

[1]См.: Сайт журнала «Популярная медицина» http://www.popumed.com/module/contact/intro_index.php
[2] *У Сяомин.* Аннотация журнала «Семейное здоровье» // Семейное здоровье. - Цзинан, 2008. - №6. - С. 3.

информационной поддержки "питанию, практичности, красоте и здоровью " людей. Когда журнал вышел на рынок, резко возросший тираж его доказал, что наши читатели любят это периодическое издание. Теперь жители всех больших и средних городов Китая могут читать этот журнал.

В 1972 году появился журнал «Популярная охрана здоровья». В 1979 году вышли популярные медицинские журналы: «Здоровье в Китае и за рубежом», «Эстетика здоровья», «Здоровый свет» и «Здоровье и красота». Эти журналы выпускало издательство "Санитарно-гигиеническое управление провинции Хебэй". Журнал «Свет здоровья» изначально назывался «Научно-популярная гигиена Хебэя», в 1984 году поменял название на «Научно-популярная гигиена», а в 1989 году начали использовать название «Свет здоровья». В 1999 году издание издавалось 1 раз в месяц, а с 2002 года журнал стал выходить 2 раза в месяц.

С 1980 года ситуация на рынке научно – популярных медицинских изданий значительно улучшается: появилось сразу 11 популярных медицинских ежемесячных журналов: «Многолетие», «Здоровье», «Бодибилдинг и красота», «Родителям надо знать», «Друг здоровья», «Будьте здоровы!», «Ежемесячник поддержания здоровья», «Многолетие Хуася», «Половое воспитание и репродуктивное здоровье (SEX Education and Reproductive Health)», «Здоровье ФэнХуан», «Здоровая девушка».

Журнал «Бодибилдинг и красота» - первый популярный медицинский журнал о фитнесе и бодибилдинге, имеющий большую читательскую аудиторию, как среди молодежи, так и людей более старшего возраста. Журнал «Родителям надо знать» рекомендует родителям, как правильно вырастить детей, привить им навык к чтению, развить интеллект, знакомит с психологией детей, диетой, питанием для них, здоровыми товарами для ребенка, правилами умственной работы детей, проводит предродовое обучение, помогает регулированию семейных отношений и т.д.

«Многолетие» - единственный популярный медицинский журнал для пожилых людей. Он рассказывает об азах здравоохранения, секрете многолетия, многолетии и привычках

человека, многолетии и природе, рассказывает о питании, о спорте и т.д.

«Друг здоровья» выходит с июля 1980 года. Этот женский журнал поддерживает физиологическое и психологическое здоровье женщины. Публикует материалы из области медицины, здорового питания, косметологии и психологии. Девиз журнала - "Актуальность, компетентность, практичность". Он дает качественную, прикладную, популярную медицинскую информацию.

В 1982 году вышли еще четыре журнала: «Консультация о здоровье», «Для детей (до 3-х лет)», «Китайское здоровье» и, «Все о здоровье».

Наибольшей популярностью у читателей пользуются два первых издания. «Консультация о здоровье» - это семейное ежемесячное издание. Журнал «Для детей» выходит два раза в месяц выпуском для родителей детей до 3-х лет, и два раза - для родителей детей до 3-7 лет. Журнал стал хорошим помощником молодым родителям.

1983 году вышли журналы «Охрана и поддержание здоровья в Китае» и «Домашний врач». Создатели «Домашнего врача» уверены, что журнал поможет каждому читателю ощутить в себе силу духа и тела, в полной мере испытать радость жизни. В 1984 году вышел журнал «Научно о здоровье взрослых и стариков». А в следующем году появилось еще 9 журналов: «Общее здоровье», «Общественное здоровье», «Здоровая жизнь», «Домашнее оздоровление», «Семейное "выращивание" ребенка», «Указатель здоровья», «Домашнее здравоохранение», «Спутник жизни» и «Излечение». В 1986 году вышел в свет журнал «Здравоохранение взрослых и стариков», 1987 году – «Здоровье Освободительной армии» (это единственное на сегодня издание по охране здоровья, предназначенное Освободительной армии Китая). В 1988 году вышли 5 журналов: «Домашняя медицина», «Наставление здоровья», «Справочник здоровья (для взрослых и старых)», «Лекарство и человек. Домашнее здоровье», «Медицина и человек. Истоки здоровья»

В течение последующих трех лет один за другим появились журналы: «Вожак здоровья», «Китайское здоровье для женщин и детей», «Продукты и здоровье». В 1992 году появилось сразу 10

журналов: «Восточное поддержание здоровья», «Медикаменты и здравоохранение», «Питание и продукты», «Здоровье и косметика», «Домашняя косметика и фитнес», « Здравоохранение и питание в Китае», «Здоровье матери и ребенка», «Ноги и здоровье (China Reflexology Journal)», «Научно о поддержании здоровья и популярные лекарства» и «Вестник здоровья». В 1993 году также появилось 10 журналов: «Домашнее китайское лекарство», «Дети и здоровье», «Мир здоровья», «Здравоохранение и жизнь», «Беременность и здоровье», «Необходимое о здоровье», «Охрана здоровья в Китае», «Площадь здоровья», «Кругозор здоровья» и «Здоровье матери и ребенка в «Домашний врач» Китае и зарубежном»

В 1994 –1995 годах вышло по четыре новых журнала: «Свет здоровья», «Молодежь и здоровье», «Консультация по психологии», «Здоровая и красивая», «Мама и "сокровище"», «Врач - психолог», «Вынашивание» и «Самоздравоохранение». Главное, что объединяет эти журналы, – это в первую очередь нацеленность на выявление, профилактику и коррекцию психосоматических проблем средствами психотерапии и оптимизации условий жизнедеятельности.

В 1998 -1999 годах вышли еще 6 журналов: «Научно о поддержании здоровья», «Медицинская помощь больным диабетом», «Сохранение здоровья чиновника», «Стимулирование здоровья (Health Promotion)», «Современный здоровый человек» и «Здравоохранение Цзянсу». В 2000 году появилось сразу 8 журналов: «Мужское здоровье», «Healthy Happy High», «Жизнь и здоровье», «Здоровье и жизнь» «Современное "выращивание" ребенка», «Мир матери и ребенка», «Здоровье для всех», «Здоровье и питание».

В 2001-2002 годах в Китае вышли еще 14 журналов по здравоохранительной тематике: «Добрая мама и ребенок», «Воспитание ребенка и жизнь», «Популярно о поддержании здоровья», «Домашние лекарства и дозировка», «Психологическое воспитание для школьников». А в 2002 году стали выходить 9 новых журналов: «Выздоровление и здоровье», «Здоровье сегодня», «Врачебное здравоохранение», «Здравоохранение и больницы», «Родитель», «Друг молодой мамы», «Здоровье будущей мамы», «Домашние медикаменты», «Друг "диабетика"», «Продукты и охрана здоровья в

Китае», «"Выращивание" детей: идеальная беременность», «Домашняя медсестра», «Новости домашней медицины», «Медицинская помощь», «Восточная диетическая терапия и здравоохранение».

В 2003 -2004 годах вышло 5 новых журналов: «Научный фитнес», «Здоровье для молодежи», «Дом здоровья», «Здоровье для пожилых людей» и «Мир диабета». За последующие годы в стране вышли еще 5 журналов: «Здоровый род» и «Мир и поддержание здоровья», «Мир новостей: здоровье и жизнь», «Психология (PSYCHOLOGIES)», «Хозяин здоровья». Таким образом, можно констатировать, что сформирована всеохватывающая, на данном этапе, система популярных медицинских журналов, рассчитанных на самые разные группы населения страны.

Литература

1. Ван Ди. Исследование перспектив пропаганды здоровья // Социальная наука. – Пекин, 2006. - №5. – С. 38.
2. Го Цингуан. Пропаганда науки. – Пекин: изд-во Китайского народного университета, 1999. - С.105 - 127.
3. Доклад (официального органа) 2002 года о китайских популярных медицинских журналах. – Пекин : Изд - во научно – популярной литературы, 2002. – 34 с.
4. Лю Цзанмин. Введение в журналистику. – Пекин: изд - во Пекинского университета журналистики, 2007. - 225 с.
5. Лю Цзин. Роль средств массовой информации в пропаганде здоровья //. – Пекин: изд-во Пекинского университета журналистики, 2004. – 93 с.
6. Лу Чуншань. Среда, человек, модернизация. – Пекин: Изд - во социальных наук, 1997. – 224 с.

Світлана Соловйова, Валентина Кубко
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Розглядається корпоративний імідж державної організації, його сутність, завдання та вплив на якість надання послуг населенню. Показано взаємозв'язок іміджу та корпоративної культури державної установи.

Ключові слова: *корпоративний імідж, стратегії, державна організація, зв'язки з громадськістю.*

Рассматривается корпоративный имидж государственной организации, его сущность, задачи и влияние на качество предоставления услуг населению. Показана взаимосвязь имиджа и корпоративной культуры государственного учреждения.

Ключевые слова: *корпоративный имидж, стратегии, государственная организация, связи с общественностью.*

The article considers a corporate image of a state organization, its meaning, tasks and influence it has on the overal quality of the services, provided for locals. It also reveals the interconnection between the image and corporate culture of a state organization.

Keywords: *corporate image, strategies, state organization, PR.*

Актуальність даного дослідження обумовлена невпинним інтересом до проблеми формування іміджу організації, особи, товару тощо. Підвищення ж уваги до феномену «імідж» у державному управлінні обумовлено тим, що позитивний образ інституту влади здебільшого є суттєвим та чи не основним чинником підвищення ефективності діяльності його установ. Адже він впливає на якість державно-управлінських рішень, а отже, і на розвиток суспільства в цілому.

Мета – охарактеризувати сутність та зазначити завдання корпоративного іміджу державної установи.

Основні положення щодо формування, розвитку корпоративного іміджу організації та його оцінки знайшли відображення у роботах українських учених: Д.В. Задихайла, І.А. Храбрової, Н.С. Добробабенка та ін. Аналіз робіт цих авторів демонструє, що тема іміджу організації є дуже актуальною у сучасному світі, проте залишається недостатньо дослідженою. С. Колосок, І. Колосовська, В. Лебець, Т. Пахомова, Є. Ромат, С. Серьогін, Л. Руіс-Мендісабаль, О. Якубовський та ін. досліджували імідж саме у сфері державного управління

Корпоративний імідж – це образ організації в уявленні груп громадськості. Позитивний імідж підвищує конкурентоспроможність організації на ринку. Він залучає споживачів і партнерів, прискорює продаж й збільшує його обсяг. Він полегшує доступ організації до ресурсів (фінансових, інформаційних, людських, матеріальних) і ведення операцій. До основних структурних елементів корпоративного іміджу відносяться: імідж керівника (першої особи), імідж персоналу, внутрішній імідж, зовнішній імідж, імідж споживача, та імідж товару (послуги) [3, 70].

Коли мова заходить про корпоративний імідж державної організації, неможливо обійти тему її корпоративної культури. Враховуючи, що корпоративна культура – це багаторівнева складна система, пов'язана із відповідною діяльністю, корпоративний імідж стає тією базою, на якій створюється ідеологія, очікування, вимоги, норми поведінки і інтереси організації [5, 40].

Корпоративна культура має на меті покращення управління, поліпшення методів та принципів управління, що призведе до більш ефективної роботи державної структури. Корпоративна культура державного органу спрямована на вирішення певних завдань: формування єдиної ідеологічної структури державного органу, сприйняття іміджу державного органу і оцінювання населенням його як позитивного та управління взаємовідносинами, взаємодія з громадськістю.

Корпоративний імідж – це образ об’єкту, який цілеспрямовано проектується, враховуючи особливості діяльності організації, властивості, риси об’єкту. Об’єкт залишається у свідомості або

підсвідомості аудиторії, яка безпосередньо або побічно контактує з організацією. Під час формування іміджу враховується прагнення аудиторії отримати психологічний захист, досягти певного соціального статусу в суспільстві. Для формування сприятливого іміджу організації необхідно, щоб інформація, яка надходить від організації у зовнішнє середовище, відповідала принципам відкритості, прозорості і достовірності.

Для характеристики іміджу держустанови необхідно виокремити показники, що сприяють формуванню ставлення громадськості до державної установи: 1) ефективна діяльність цілісної структури з її окремими функціональними одиницями; 2) зґуртованість, впорядкованість та монолітність державної організації; 3) культурний рівень, етичні норми; 4) ставлення співробітників до керівників своєї установи; 5) стиль взаємодії з макро- та мікросередовищем; 6) розуміння потреб населення, врахування особливостей менталітету громадян та історичних особливостей міста.

Р. Білик пропонує розглядати ефективність діяльності державної адміністрації як основу дотримання правової бази, яка серед іншого передбачає, що державний службовець виконує свої обов’язки лише в межах компетенції органу, в якому працює, і в межах прав, що закріплено посадовою інструкцією; державні органи та посадовці справедливо, не для задоволення власних потреб, реалізують права людини [2, 69]. Це стає можливим за умов наявності високого професійного рівня та дотримання норм етичного характеру.

Орган держвлади має свою індивідуальну компетенцію, що має такі ознаки, як: цілі, зміст, можливості та межі його діяльності, а в ньому кожна посада держслужбовця – свої кваліфікаційні ознаками, при складанні яких враховують роль і участь у реалізації компетенції відповідного органу. Це нормативна модель управлінської діяльності, яку можна розглядати як засіб впорядкування, раціоналізації та забезпечення ефективності управління.

Отже, високий рівень професіоналізму її працівників та дотримання норм компетенції є основними критеріями ефективної діяльності державної установи. Вкладення коштів у ровиток державної служби (підвищення кваліфікації за рахунок профільної освіти)

підвищує якість надання допомоги населенню, відповідальність рішення, їх здійснення, що, в свою чергу, сприяє підвищенню рівня довіри до державних органів влади.

Ця думка поділяється у роботах І. Артима, який виділяє такі фактори впливу на ефективність держуправління: компетентність та професійна підготовка керівника і держслужбовців, мотивація, взаємодія місцевих адміністрацій з органами місцевого самоврядування, організаційний клімат, зв’язки з громадськістю [1, 68].

Імідж державної організації – це сприйняття і оцінка структури різними групами громадськості, яка формується, виходячи з тієї інформації, яка вже є в пам'яті аудиторії про цю організацію. Корпоративний імідж державної організації, у свою чергу, є громадською думкою аудиторії, що цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою єдиної системи зв'язків з громадськістю і її інструментарію.

Таким чином, зважаючи на те, що імідж установи певним чином є персоніфікованим, вона має подаватись як «особистість», застосовуючи техніку позиціонування та, висвітлюючи такі внутрішні параметри, як взаємовідносини між працівниками, стиль керівництва в установі, рівень корпоративної культури тощо. Державна установа повинна створювати сприятливі умови щодо підвищення довіри та авторитету як важливих умов позитивного ставлення до неї з боку суспільства. З цією метою необхідно дотримуватись єдиної місії, стратегії й тактики, адекватних до вимог зовнішнього середовища. Для підтримки власної репутації необхідно дотримуватись єдиної інформаційної політики, уникаючи при цьому взаємовиключних характеристик та надаючи перевагу простим, доступним повідомленням. Загалом, імідж державної установи має розглядатись не відокремлено, а в контексті комплексу взаємопов’язаних іміджових систем, а саме: іміджу службовця, іміджу держави та іміджу відповідної сфери, а саме державного управління.

Література

1. Артим І. Факторно-критеріальний підхід до оцінки ефективності державного управління [Текст] // Ефективність державного управління: Збірник наукових праць Львівського регіонального інституту державного управління УАДУ при Президентові України / За заг. ред. А. О. Чемериса. – Львів : ЛРІДУ УАДУ, 2003. – Вип. 3. – С. 68–74.

2. Білик Р. Критерій ефективності діяльності районної державної адміністрації [Текст] / Р. Білик // Теорія державного управління. – 2001. – № 2. – С. 68–71.

3. Заруба В. Я. Управлінська концепція іміджбілдінгу [Текст] / В. Я. Заруба, О. І. Шаша. – К. : БізнесІнформ, 2011. – 94 с.

4. Колосок С. В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління: Автореф. дис… канд. наук з держ. упр.: 25.00. 01 / Національна академія державного управління при Президентові України. – К., 2003. – 20 с.

5. Модель формування корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу України // Вісник Книжкової палати України : науково-практичний журнал. – К . : Книжкова палата України імені Івана Федорова, 2014. – №8. – С.40-43.

Хайдар Муминов
Бухарский инженерно технологический институт
Бухара, Узбекистан

СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИЯ: СОДЕРЖАНИЕ И ПОНЯТИЕ

Аннотация: *Важнейшей составляющей социального взаимодействия является социальная коммуникация. Хотя в каких-то ситуациях возможно взаимодействие без коммуникации, в подавляющем большинстве случаев социальные контакты включают коммуникацию.*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, содержание, понятие, формы общения, передача информации, слова, жесты, позы, мимика, убеждение, внушение.*

Анотація: *Найважливішою складовою соціальної взаємодії є соціальна комунікація. Хоча в якихось ситуаціях можлива взаємодія без комунікації, в переважній більшості випадків соціальні контакти включають комунікацію.*

Ключові слова: *комунікація, соціальної комунікація, утримання, поняття, форми спілкування, передача інформації, слова, жести, пози, міміка, переконання, навіювання.*

Abstract: *Social communication is the most important component of social interaction. Although in some situations interaction without communication is possible, in the vast majority of cases, social contacts include communication.*

Key words: *communication, social communication, content, concept, forms of communication, communication, words, gestures, postures, facial expressions, persuasion, suggestion.*

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. Невербальная коммуникация значительно древнее вербальной. Она включает в себя жесты и мимику, танец, музыку, изобразительное искусство,

скульптуру и архитектуру. В самом деле, оставшиеся от прошедших веков инженерные сооружения, храмы, дворцы, скульптуры, картины передают без слов информацию о жизни, чувствах, взаимоотношениях давно умерших людей.

Суть процесса коммуникации, как следует из определения, состоит в передаче другому участнику сообщения, содержащего информацию. Сам акт раскрытия содержания своего сознания в ходе коммуникации в социологии называют сигналом.

Но сигнал — это не всегда сообщение или информация. Например, если на улице к нам обратится прохожий на иностранном языке, которого мы не знаем, то мы примем такой сигнал, но не получим реального сообщения. Конечно, в таком случае не состоится ни коммуникации, ни получения информации. Если говорится что-то такое, что нам уже известно, мы получаем сообщение, но оно не является для нас информацией. Сообщение будет информацией только в том случае, если оно содержит нечто для нас неизвестное.

Передача информации в ходе коммуникативного процесса требует определенных носителей — символов и знаков, так как коммуникация по своей природе — символический процесс. В качестве символов и знаков выступают объекты, раскрывающие смысл, который они содержат не сами по себе, а благодаря тому, что данным смыслом их наделило общество. Такой смысл — это значение знака. Поэтому можно сказать, что коммуникация представляет собой процесс расшифровки знаков и прочтения их социальных значений.

Знаками являются слова, жесты, позы, мимика, иногда — экспрессивное поведение (смех, улыбки, слезы, вздохи и т.д.).

Язык - важнейшая знаковая система, институционализированная обществом и имеющая поэтому исторический характер. Индивид рождается и формируется в конкретном социальном контексте, где уже задана конкретная структура языка. Поэтому язык любого общества опосредованно отражает структуру самого общества и как бы задает специфику социальной коммуникации.

Важной характеристикой любого коммуникативного процесса является намерение участников повлиять друг на друга. Влияние

может осуществляться за счет использования таких механизмов психологического воздействия, как:

- ✓ убеждение — процесс целенаправленного коммуникативного воздействия, характеризующийся логическим обоснованием сообщения (или нескольких сообщений) с целью добиться согласия собеседника (или аудитории) с высказываемой точкой зрения;
- ✓ внушение — способ коммуникативного воздействия, рассчитанного на некритическое восприятие информации; такой характер восприятия не требует ни развернутого логического анализа, ни оценки, ни глубоких размышлений, а реализуется за счет воздействия на чувства, эмоции, которые в свою очередь влияют на интеллектуальные и волевые характеристики индивида, не подозревающего о том, что он подвергается внешнему воздействию.

Внушение используется для того, чтобы создать у собеседника состояние, побуждающее его к определенным действиям. Результативность этого процесса напрямую зависит от индивидуальных особенностей индивида, уровня его образования, культуры, психического состояния и степени подверженности влияниям. Кроме того, сила воздействия во многом зависит от наглядности, доступности, образности и лаконичности информации. Эффективность коммуникативных средств во многом определяется тем, насколько содержание внушаемого сообщения в общем и целом соответствует интересам и потребностям аудитории.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц - М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М .. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе – М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Наталя Серденюк, Валентина Кубко
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

РЕКЛАМНА СТРАТЕГІЯ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглянуто особливості формування рекламної стратегії підприємства, відмінною рисою якого є системність та послідовність, тобто ґрунтування рекламної стратегії на корпоративній, бізнес-стратегії, маркетинговій та комунікаційній стратегіях підприємства, її узгодження зі стратегіями інших елементів комплексів комунікацій та маркетингу.

Ключові слова: *стратегія, рекламна стратегія, стратегія комунікацій, стратегія маркетингу.*

Рассмотрены особенности формирования рекламной стратегии предприятия, отличительной чертой которого является системность и последовательность, то есть грунтования рекламной стратегии на корпоративной бизнес-стратегии, маркетинговой и коммуникационной стратегиях предприятия, ее согласование со стратегиями других элементов комплексов коммуникаций и маркетинга.

Ключевые слова: *стратегия, рекламная стратегия, стратегия коммуникаций, стратегия маркетинга.*

The article considers peculiar features of advertising strategy of an enterprice, its the distinctive feature is systemicity and consistency, that is the grounding of the advertising strategy on the corporate, business strategy, marketing and communication strategies of the enterprise, its coordination with the strategies of other elements of the communication and marketing complexes.

Key words: *strategy, advertising strategy, strategy of communications, marketing strategy.*

Рекламна діяльність вітчизняних підприємств набуває сьогодні значної ваги внаслідок активізації їх маркетингу в умовах становлення економіки, зорієнтованої на споживача. Звісно це стосується проблем

формування рекламної стратегії підприємства як одного з визначальних чинників ефективності не лише рекламної, а й маркетингової і виробничо-господарської діяльності підприємств загалом. Адже, незважаючи на значне збільшення рекламних витрат в Україні, ефективність реклами підприємств залишається досить невисокою.

Метою дослідження є розгляд особливостей формування рекламної стратегії підприємства.

Вагомий науковий внесок стосовно аналізу рекламної діяльності та формування маркетингових стратегій зробили такі вчені, як: І. Ансофф, Ж.-Ж. Ламбен, У. Ф. Аренс, Д. Бернет, К. Л. Бове, І. Л. Вікентьєв, Ф. Котлєр, Г. Г. Почепцов, С. В.Скибінський, І. Я. Рожков, Є. В. Ромат та ін.

Поняття «стратегія» (від грец. «strategia» – мистецтво ведення війни) традиційно у наукових джерелах визначається як «встановлення напряму та масштабів діяльності організації в довгостроковій перспективі, а також ресурсів, які відповідають умовам середовища, що змінюється» [3, 41].

Б. Карлоф [2] подає таке визначення: «Стратегія – узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей, шляхом координації та розподілу ресурсів компанії». За А. Наливайком, «стратегія – це координуючий, об’єднуючий фактор між цілями і ресурсами фірми» [5, 41]. Незважаючи на такі розбіжності, всі визначення об'єднує одна спільна мета – оптимізація діяльності підприємств стосовно до інших на ринку.

Під стратегією комунікацій (просування) розуміють «контрольовану, інтегровану програму комунікаційних методів, створену, щоб представляти організацію та її товари і послуги потенційним покупцям, з метою збуту інформувати про властивості товарів, що можуть задовольнити потреби, і таким чином сприяти досягненню довготермінової прибутковості підприємства» [9, 196].

Стратегія комунікацій логічно випливає із загальної стратегії маркетингу підприємства, але у той же час вона сама є складною системою, оскільки включає в себе стратегії в сфері пропаганди, стимулювання збуту, особистого продажу і реклами. При цьому:

реклама – оплачена форма неособистого представлення товарів, послуг чи ідей від імені відомого спонсора; стимулювання збуту – короткострокові заходи сприяння купівлі; пропаганда – неособисте і неоплачуване спонсором стимулювання попиту на товар через поширення комерційно важливих відомостей у ЗМІ; особистий продаж – усне представлення товару протягом розмови з потенційними покупцями з метою стимулювання покупки. Також до комплексу комунікацій відносять так звані синтетичні засоби: брендинг, спонсорство, участь у виставках і ярмарках, маркетингові комунікації у місцях продажу [1, 89].

Оптимальне поєднання різних засобів маркетингової комунікації в єдиний комплекс є одним із найважливіших завдань маркетингу. Тобто основою формування ефективного комплексу маркетингових комунікацій повинне бути системне, комплексне сприйняття всієї ринкової діяльності підприємства.

Стратегія реклами Е. Роматом [8] визначається як «методологія, що використовується рекламодавцями для досягнення своїх рекламних цілей, і яка включає такі елементи комплексу рекламної творчості як цільову аудиторію, концепцію товару, ЗМІ, рекламне звернення».

С. Романишин [7] зазначає поняття «рекламна стратегія» як комплекс заходів для досягнення рекламних цілей у системі маркетингу підприємства. Тобто акцент робимо на системному підході до формування різних стратегій підприємства, зокрема необхідності формулювання рекламної стратегії лише у повній відповідності до стратегії комунікацій, яка у свою чергу повинна бути елементом загальної маркетингової стратегії.

За Т. О. Примак [6], ключовими тенденціями розвитку стратегічного маркетингу і реклами на сьогодні є: орієнтованість на споживачів – зміщення уваги з частки ринку, прибутку, конкурентів на споживача; міжфункціональна інтеграція стратегічного процесу – концептуально сучасні підходи, що передбачають інтегрованість маркетингу, фінансів, менеджменту персоналу, досліджень, корпоративного менеджменту, а не узгодженості і впровадження функціональних стратегій в загально корпоративну;

довготермінова спрямованість – збільшення термінів

стратегічного планування з орієнтацією на майбутні (ще не існуючі) ринки та тенденції розвитку галузей; інтелектуалізація стратегічного процесу – збільшення ролі знань в генеруванні стратегічних ідей і прийнятті рішень; демократизація процесу розробки і реалізації стратегії – залучення до нього співробітників усіх управлінських рівнів, посилення стратегічної орієнтації компанії на основі імплементації стратегічних підходів у її корпоративну культуру; комп'ютерне моделювання стратегічних рішень – перехід від традиційного використання комп'ютерів для обробки даних до побудови моделей майбутніх стратегій, використання комп'ютерних експертних систем на всіх стадіях стратегічного процесу.

Отже, зазначимо такі особливості формування рекламних стратегій на вітчизняних підприємствах: значний ступінь централізації управління рекламою; використання найпростіших методів для визначення рекламних витрат та оцінки ефективності реклами; відсутність стратегічного планування та чіткої рекламної стратегії на більшості підприємств, незважаючи на визнання її важливості для підприємства, і, як наслідок, низьку ефективність реклами; формування стратегії виключно керівництвом; врахування лише окремих факторів впливу, уникнення інноваційних підходів та використання найпростіших методик для формування рекламної стратегії, а також короткотерміновість стратегій.

Таким чином, рекламна стратегія підприємства повинна ґрунтуватися на корпоративній стратегії, бізнес-стратегії, маркетинговій та комунікаційній стратегіях підприємства, а також утворювати єдину систему, логічно узгоджуватися зі стратегіями інших елементів комплексів комунікацій (стратегіями особистого продажу, пропаганди і стимулювання збуту) та маркетингу (товарною, ціновою і збутовою стратегіями). За умови застосування такої моделі система стратегій на підприємстві діятиме ефективніше, досягатиметься синергетичний ефект між різними видами діяльності, процесами, підсистемами в організації.

Література

1. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика [Текст] : навчальний посібник / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 2004. – 327 с.

2. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы [Текст] / Б. Карлоф. – М. : Экономика, 2011. – 148 с.
3. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг [Текст] / Д. В. Креденс : 6-е изд.; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2003. – 752 с.
4. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми [Текст] / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 246 с.
5. Наливайко А. Теорія стратегії підприємства [Текст] / А. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2011. – 227 с.
6. Примак Т. О. Оцінка ефективності маркетингових комунікативних кампаній [Текст] / Т. О. Примак // Маркетинг в Україні. – 2013. – №5. – С.36–39.
7. Романишин С.Б. Формування рекламної стратегії підприємства / Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. — Львів, 2006. — 109 с.
8. Ромат Е. Реклама [Текст] / Е. Ромат. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2003. – 560 с.
9. Сэндидж И. Реклама: теория и практика [Текст] / И. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцол. – М. : Прогресс, 2010. – 630 с.

УДК 004.584

Катерина Лошан, Сергій Мельник
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

Анотація. *У даній роботі розглянуті класичні й новаторські приклади ігрової комп'ютерної комунікації з точки зору комунікативістики. Їхньої перспективи застосування й подальший розвиток користувальницького контента в соціальних комунікаціях.*

Введення. XXI століття – ера цифрових технологій, у якій комп'ютерні ігри займають вагоме місце в житті людини. Ігрова індустрія охоплює величезну аудиторію. Під час ігрової діяльності, користувачі взаємодіють один з одним, створюючи нові форми міжособистісної електронної комунікації.

Метою даної роботи є вивчення феномена міжособистісної ігрової комунікації й найбільш значимі риси комунікації й взаємодії учасників ігрового співтовариства, а також особливості того, як вона проявляється в сучасному суспільстві.

Комунікація – це процес процес передачі інформації від однієї людини до іншої або між групами людей по різних каналах і за допомогою різних комунікативних засобів [1; 126]. У століття цифрових технологій онлайн-ігри вже давно стали міжособистісною комп'ютерною комунікацією. Серед них на сьогоднішній день особливо популярними стали два жанри *MMORPG* та *MOBA*. Розглянемо їхні комунікативні характеристики нижче в таблиці 1.

Таблиця 1. Комунікативні характеристики MMORPG і MOBA

MMORPG – World of Warcraft (сокращенноWoW)	**MOBA - Dota 2 (Defence of the Ancients 2)**
Основним видом комунікації гравців в WoW є текстові чати (є також голосовий чат, однак він використовується рідше). Чат може бути публічним: у такому випадку репліки персонажа видні всім, хто	Спілкування гравців один з одним в Dota 2, як і в WoW, реалізується за допомогою чатів, текстового й голосового. Текстовий чат має два канали: публічний (команда суперника теж бачить репліки

перебуває неподалік. Публічний чат поділяється на канали: загальний, торговельний, канал локальної оборони, пошуку групи, набору в гільдію, канали окремих гільдій тощо. Гравці можуть відправляти один одному приватні повідомлення (ця функція називається «шепіт»). Нарешті, персонаж гравця може проявляти емоції: для цього необхідно ввести спеціальну команду (кожна команда відбиває певну емоцію). Як і в соціальних мережах, гравці усередині миру WoW можуть додавати один одного в списки друзів. Це несе в собі якісь комерційні цілі, для розширення аудиторії[2].	гравця) і внутрікомандний. На відміну від MMORPG, формат MOBA-ігра не передбачає ні довгострокових союзів гравців, ні тривалих бесід про інтереси. Чат в MOBA є не стільки каналом спілкування, скільки способом скоординувати команду. Гравці в більшості випадків роздають один одному вказівки, повідомляють про місце розташування супротивника, кооперуються в групи по 2-3 чоловік для атаки на ворожий пост. Крім конструктивних реплік, гравці висловлюють думку про якість гри суперників або гравців своєї команди, часом досить експресивно, особливо якщо людина грає гірше інших і тягне долілиць всю команду[3].

З розвитком нових цифрових можливостей, розвивається й електронна комунікація у вигляді комп'ютерної гри. Виникають нові форми такої комунікації – це Летсплей й Лайвстрімінг. Порівняльна характеристика даних ігор представлений нижче в таблиці 2.

Таблиця 2. Характеристики Летсплей та Лайвстрімінгу

Летсплей (англ. let'splay) – відеоролик, що записом ігрового процесу конкретного користувача, звичайно супроводжуваного коментарями користувача. Летсплейні ролики розміщаються головним чином на YouTube. Летсплеї залучають за рахунок харизми відеоблогера, або, якщо користувачеві цікаві сюжет і візуальна складова гри, але не може	**Лайвстриминг** (англ. livestreaming) – проходження гри в прямому ефірі з використанням спеціальних сервісів для трансляції. Найбільш значимими платформами для стрімінга є YouTubeGaming, Hitbox.tv, Mirrativ і Twitch.tv. Лайвстрімінг являє собою публічну трансляцію аудіо або відео з паралельно відкритим чат-каналом. Користувачі лайвстрім-платформ

проходити її самостійно та немає часу/ умінь / терпіння / бажання / технічної можливості (наприклад, якщо гра – ексклюзив для консолі, а в розпорядженні користувача тільки ПК). З'явилося навіть вираження «пройти гру на ютубе» (у значенні «подивитися летсплей»): створюється ситуація, коли контент, згенерований користувачем (відеоблогером, який пройшов гру й записав проходження), служить для іншого користувача (глядача) заміщенням оригінального контента[4].	поділяються на кілька категорій: стрімери, фоловери, модератори, партнери, передплатники. На спілкування глядачів один з одним і зі стрімером сильно впливають такі фактори, як відношення й ступінь дружелюбності стрімера, так і кількість глядачів у чаті. Чим більше глядачів, тим більше стрімер одержує грошей, однак спілкування в чатах, де одночасно перебуває кілька сотень осіб, досить швидко перестає бути конструктивним і перетворюється в хаос[5].

Сферою застосування популярних сучасних комп'ютерних ігор стали інтегровані маркетингові комунікації, оскільки комп'ютерні ігри збирають більші аудиторії, а де велика кількість людей там і нові можливості для реклами. Це можна спостерігати на кіберспортивних турнірах, найчастіше інвесторами виступають відомі бренди, які прямо або побічно пов'язані із цифровим миром. Однак на сьогоднішній день після приєднання України до всесвітнього процесу структуризації публічних державних даних з їхнім централізованим розміщенням на веб-порталах у вигляді наборів відкритих даних (НВД), що Законом 2015 р. і додатковою Постановою КМ України поставити за обов'язок державним установам розміщати публічні дані на порталі в структурованих текстових форматах *CSV, XML, JSON* замість недостатньо структурованих форматів *DOC(X), XLS(X), PDF*, активно розглядаються й способи застосування комп'ютерних ігор в інших сферах соціокомунікативної діяльності, наприклад, у політичній, навчальній й навіть у діловій комунікації тощо. [6; 42].

Висновки. Зі зростанням популярності летсплеїв і трансляцій, з виникненням нових платформ, що надають користувачам унікальні можливості (Steam, Twitch.tv), безперервний розвиток технологій, що робить істотний вплив на ігрову індустрію (шоломи віртуальної

реальності), формування нових бізнес-моделей, що стосуються як самих відеоігор, так і користувальницького контента (заробіток трансляціями проходження гри на Twitch.tv), можна затверджувати, що перспективи розвитку й самої комп'ютерної індустрії, і її вивчення, та ігрового співтовариства дуже великі, а також можлива генерація нових форм комунікації й видів користувальницького контента. І на даний момент тема гейміфікації різних сфер соціокомунікативної діяльності до кінця є не вивченою й має більші перспективи в науково-технічному світі.

СПИСОК ВИКОСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Основы* теории коммуникации: Учебник / под редакцией проф.. М. А. Василика [Текст]. – Гардарики, 2003. – 615 с.
2. World of Warcraft. Blizzard Entertainment Inc. [Электронный ресурс] URL: http://us.battle.net/wow/en.
3. Официальный сайт Dota2. [Электронный ресурс] URL: http://ru.dota2.com.
4. EmanuelMaiberg. Why Horror Games Are More Fun to Watch Than Play // Motherboard. 2015. 30 октября. [Электронныйресурс] URL: http://motherboard.vice.com/read/why-horror-games-are-more- fun-to-watch-than-play.
5. Twitch. О программе. [Электронный ресурс] URL: https://www.twitch.tv/p/about.
6. *Блажко, О. А., Мельник, С. П., Скрипкин, М. О.* Гейміфікаційні можливості веб-порталів відкритих даних / О. А. Блажко, С. П. Мельник, М. О.Скрипкин // IV Українсько-німецька конференція Інформатика. Культура. Техніка : Збірник тез доповідей 30.06 – 02. 07 2016 м. Одеса, Україна. – Одеса : ОНПУ, 2016. – С.42 –43.

Дилфуза Артикова
Бухарский инженерно технологический институт
Бухара, Узбекистан

КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: *самое простое деление коммуникации - на вербальную и невербальную, использующие разные знаковые системы. Вербальная использует в качестве таковой человеческую речь. Можно обозначить психологические компоненты вербальной коммуникации - говорение и слушание.*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, три функции, информационно-коммуникативная, регуляционно-коммуникативная, эффективно-коммуникативная, коммуникатор, реципиент, кодификация, декодификация*

Анотація*: найпростіше поділ комунікації - на вербальну і невербальну, що використовують різні знакові системи. Вербальна використовує в якості такий людську мову. Можна позначити психологічні компоненти вербальної комунікації - говоріння і слухання.*

Ключові слова: *комунікація, соціальної комунікація, три функції, інформаційно-комунікативна, регуляційних-комунікативна, ефективно-комунікативна, комунікатор, реципієнт, кодифікація, декодификации*

Abstract: *The simplest division of communication is verbal and non-verbal, using different sign systems. Verbal uses as such a human speech. You can identify the psychological components of verbal communication - speaking and listening.*

Keywords: *communication, social communication, three functions, information-communicative, regulatory-communicative, communicative, communicator, recipient, codification, decoding*

Употребление этих терминов условно, иногда в боле-менее аналогичном смысле употребляют и другие: в общении выделяют три функции - информационно-коммуникативная,регуляционно-коммуникативная, эффективно-коммуникативная.

Во время акта общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами - субъектами общения. Следовательно, имеет место обмен информацией. Но люди при этом не просто обмениваются значениями, они стремятся при этом выработать общий смысл. А это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и осмыслена.

Коммуникативное взаимодействие возможно только в том случае, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор) и человек, принимающий ее (реципиент) обладают сходной системой кодификации и декодификации информации. Т.е. все должны говорить на одном языке.

В условиях человеческойкоммуникациимогут возникать коммуникативные барьеры. Они носят социальный или психологический характер.

Сама по себе исходящая от коммуникатора информация может быть побудительной (приказ, совет, просьба - рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-либо действие) и констатирующей (сообщение - имеет место в различных образовательных системах).

Для передача любая информация должна быть соответствующим образом закодирована, т.е. она возможна лишь посредством использования знаковых систем. Самое простое деление коммуникации - на вербальную и невербальную, использующие разные знаковые системы. Вербальная использует в качестве таковой человеческую речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации посредством речи менее всего теряется смысл сообщения. Можно обозначить психологические компоненты вербальной коммуникации - говорение и слушание. Говорящий сначала имеет определенный замысел относительно сообщения, потом он воплощает его в систему знаков. Для слушающего смысл принимаемого сообщения раскрывается одновременно с декодированием.

Лассуэлла включает пять элементов:

- КТО? (передает сообщение) – Коммуникатор
- ЧТО? (передается) - Сообщение (текст)

- КАК? (осуществляется передача) – Канал
- КОМУ? (направлено сообщение) – Аудитория
- С КАКИМ ЭФФЕКТОМ? - Эффективность.

Можно выделить три позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса:

- открытая (открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения),
- отстраненная (держится подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения)
- закрытая (умалчивает о своей точке зрения, скрывает ее).

Невербальная коммуникация.

Выделяют четыре группы невербальных средств общения:

1)Экстра- и паралингвистические (различные около речевые добавки, придающие общению определенную смысловую окраску - тип речи, интонирование, паузы, смех, покашливание и т.д.)

2)Оптико - кинетические (это то, что человек `прочитывает` на расстоянии - жесты, мимика, пантомимика)

Жест- это движение рук или кистей рук, они классифицируются на основе функций, которые выполняют:

- коммуникативные (заменяющие речь)
- описательные (их смысл понятен только при словах)
- жесты, выражающие отношение к людям, состояние человека.

Мимика - это движение мышц лица.

Пантомимика- совокупность жестов, мимики и положения тела в пространстве.

3) Проксемика (организация пространства и времени коммуникативного процесса)

В психологии выделяют четыре дистанции общения:

- интимная (от 0 до 0,5 метра). На ней общаются люди, связанные, как правило, близкими доверительными отношениями. Информация передается тихим и спокойным голосом. Многое передается с помощью жестов, взглядов, мимики.

- Межличностная (от 0,5 до 1,2 метра). На ней осуществляется общение между друзьями.
- Официально-деловая или социальная (от 1,2 до 3,7 метра). Используется для делового общения, причем чем больше расстояние между партнерами, тем более официальны их отношения.
- Публичная (более 3,7 метров). Характеризуется выступлением перед аудиторией. При таком общении человек должен следить за речью, за правильностью построения фраз.

4) Визуальный контакт. Визуалика, или контакт глаз. Установлено, что обычно общающиеся смотрят в глаза друг другу не более 10 секунд.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц- М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М.. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе– М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Софія Торконяк, Валентина Кубко
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «STAR TIME»

Розглядаються інтегровані маркетингові комунікації у сучасному українському бізнес-просторі. Аналізується впровадження ІМК в організацію для підвищення конкурентоспроможності та підтримки корпоративного іміджу.

Ключові слова: *інтегровані маркетингові комунікації, комплекс маркетингу, event-маркетинг.*

Рассматриваются интегрированные маркетинговые коммуникации в современном украинском бизнес-пространстве. Анализируется внедрение ИМК в организацию для повышения конкурентоспособности и поддержки корпоративного имиджа.

Ключевые слова: *интегрированные маркетинговые коммуникации, комплекс маркетинга, event-маркетинг.*

The articke considers integrated marketing communications (IMC) in modern Ukrainian business space. The IMC's introduction into an organization for increasing competitiveness and corporate image support is analyzed.

Key words: *integrated marketing communications, marketing complex, event-marketing*

В умовах бурхливого розвитку інформації неможливо уявити розвиток організації без застосування нових технологій, а саме використання маркетингових комунікацій, що сприятимуть успішному функціонуванню у ринковому середовищі та формуванню іміджу організації. Як відомо, маркетингові комунікації є однією із складових частин комплексу будь-якої організації.

До основних завдань маркетингових комунікацій можна віднести повідомлення і засоби масової інформації, що спрямовані на передачу інформації про продукт або послугу і встановлення зв'язків з потенційною аудиторією.

До комплексу маркетингу входять: реклама, брендинг, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, особисті продажі, програми лояльності, спонсорство [7, 66].

На сьогоднішній день інтегровані маркетингові комунікації все більш широко використовуються в діяльності українських компаній. У науковій літературі інтегровані маркетингові комунікації розглядаються як вітчизняними, так і зарубіжними вченими та маркетологами: Т.О. Примак, І.Л. Решетніковою, Т.Г. Дібровою, А.О. Старостіною, Е.В. Роматом, Ф. Котлером, Дж. Р. Евансом, Г. Лассуеллом, Х. Шульцем та ін.

Вперше концепція ІМК з'явилась в роботі американських маркетологів Д. Шульца, С. Танненбаума та Р. Лаутерборна у 1993 р. За даним ними визначенням, ІМК – це «новий спосіб розуміння цілісного, яке ми бачимо складеним із таких окремих частин як реклама, PR, стимулювання збуту, матеріально-технічне забезпечення, організація взаємовідносин із співробітниками тощо. Вони необхідні для того, щоб побачити їх такими, якими бачить їх споживач – як потік інформації із єдиного джерела» [7, 66].

За визначенням Американської асоціації рекламних агенцій, ІМК – це концепція планування маркетингових комунікацій, пов'язана з необхідністю оцінювання стратегічної ролі окремих напрямів (реклами, стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю та ін.) і пошуком оптимального їх поєднання для забезпечення чіткості, послідовності і максимізації впливу комунікаційних програм з допомогою несуперечливої інтеграції всіх окремих звернень [3, 401].

Якщо розглядати маркетингові комунікації з історичної точки зору, то вони сприймалися фахівцями своєрідним комплексом різнопланових заходів, таких як реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, event-маркетинг заснованого на принципі «one sight, one sound». Всі комунікаційні звернення надіслані клієнтами розглядаються крізь призму споживача. Таким чином ІМК стали повторюваним комунікаційним процесом орієнтованим на споживача. Так звані методи планування існували ще з моменту створення моделі AIDA (увага, інтерес, бажання і дія), проте більшість з них розроблялись з погляду маркетолога [5, 94-95].

Процес планування включає: визначення цільової аудиторії, її аналіз, створення і розміщення повідомлень, оцінку ефективності комунікацій, розробку та розподіл бюджету [6, 95].

Діяльність організації та її успішний розвиток на ринку неможливе без маркетингу «проштовхування» та «протягування». Нові системи комунікацій дозволяють споживачеві отримати доступ до інформації в будь-якому місці, в будь-який час і будь-яким можливим способом, і таким чином споживачі виходять з-під контролю маркетологів. Новітні ІМК поєднують формати «проштовхування» та «протягування» для створення корпоративних цінностей, а також для надання інформації та рішень, які шукають споживачі. Найскладнішим в системі «проштовхування та протягування» є поєднання внутрішньо та зовнішньо інтегрованих ІМК [5, 95-96].

Команда відділу маркетингу ТОВ «Star Time» «проштовхує маркетингові комунікації» потенційним і новим споживачам, використовуючи як традиційні засоби масової інформації, так і нові медіа. Звісно задіяні й соціальні мережі, сторінки в Facebook, Instagram, YouTube тощо. Маючи доступ до Інтернету та пошукових ресурсів, споживачеві доступні й нові форми маркетингових комунікацій, такі як мобільна та вірусна реклама, блоги тощо.

Основним завданням сучасних ІМК є поєднання онлайн- та офлайн- комунікацій для того, щоб побачити їх з позиції споживача: цілісними, комплексними і завжди доступними [5, 96].

ТОВ «Star Time» використовує ІМК у просуванні своїх продуктів та послуг. Так, залучення нових клієнтів до шоу «Батьків до школи» має на меті: інформування потенційних споживачів, їх мотивація, формування позитивного іміджу компанії у свідомості потенційних споживачів. Щодо утримання наявних споживачів, то необхідно: нагадувати про компанію, стимулювати повторне замовлення. Розвиток поточних клієнтів включає в себе: стимулювання постійних повторних замовлень, формування лояльності споживачів. Впровадження інтегрованих маркетингових комунікацій буде позитивно впливати на корпоративний імідж ТОВ «Star Time», його прибутковість, сприятиме ефективному функціонуванню та формуванню конкурентоспроможності.

Отже, концепція планування маркетингових комунікацій передбачає застосування різнопланових заходів, таких як: реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, event-маркетинг, стимулювання збуту, програми лояльності та інші. Не менш важливими є процес планування ІМК, а саме визначення цільової аудиторії, її систематичний аналіз, створення і розміщення повідомлення, оцінка ефективності комунікацій, розробка та розподіл бюджету. Комплексний характер ІМК дозволяє маркетологам донести до споживачів інформацію про організацію та її продукти і послуги з використанням декількох каналів комунікації одночасно, при цьому використовуючи сучасні технології, що стрімко розвиваються.

Література

1. Артімонова І. В. Концепція маркетинг-міксу як основа програмно-цільового підходу до організації маркетингової діяльності підприємства [Текст] / І. В. Артімонова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4. – С. 94 – 101.
2. Ілляшенко Н. С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств [Текст]: монографія / Н. С. Ілляшенко. – Суми: СумДУ, 2011. – 192с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экс пресс курс 2-е изд. [Текст] / Ф. Котлер; [пер. с англ. под ред. С. Г. Божук]. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.: ил. – (Серия «Деловой бестселлер»). – ISBN: 5-94723-952-3.
4. Павленко А. Ф Маркетинг [Текст] : Підручник / А. Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; за наук. ред. А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
5. Пересадько Г. О. Інтегровані маркетингові комунікації: сутність та процес формування [Текст] / Г. О. Пересадько, В. А. Тамайо-Флорес // Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія: Економічні науки. – №3. – 2013. – С. 93-37.
6. Романенко О. О. Сутність та процес формування інтегрованих маркетингових комунікацій [Текст] / О. О. Романенко // Економічний вісник НГУ: Серія: Маркетинг. – № 1. – 2010. – С. 112-119.
7. Щульц Д. Е. Новая парадигма маркетинга: интегрируемые маркетинговые коммуникации [Текст] / Д. Е. Щульц, С. И. Танненбаум, Р. Ф. Лаутерборн. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 225 с.

Олександра Демянченко
Національний університет «Одеська юридична академія»
Одеса, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ОДЕСЬКИХ РЕКЛАМНИХ АГЕНЦІЙ

У роботі зроблена спроба описати використання засобів соціальних комунікацій в діяльності одеських рекламних агенцій.

Ключові слова: *соціальна комунікація, рекламна агенція.*

В работе сделана попытка описать использование средств социальных коммуникаций в деятельности одесских рекламных агентств.

Ключевые слова: *социальная коммуникация, рекламное агентство.*

An attempt is made to describe the use of social communication tools in the activities of Odessa advertising agencies.

Keywords: *social communication, advertising agency.*

Як свідчать дослідження [1-5], соціально-професійна комунікація є різновидом соціальної комунікації, в основі якої - діяльнісна і особистісно-діяльнісна організація комунікативних засобів, обумовлена стилем мислення, колегіальністю комунікантів і приналежністю їх до того чи іншого статусу. Організована на досить високому рівні комунікація фахівця будь-якого профілю формує професійну ментальність, під якою мається на увазі здатність індивіда зберігати в собі знання, навички, структури, що визначають приналежність цього індивіда до певного соціуму. Соціально-професійна комунікація як процес взаємодії соціальних суб'єктів спрямована на забезпечення групової солідарності, що сприяє передачі досвіду, професійних знань і цілеспрямованій соціальній дії, заснованій на обміні інформацією, що має на меті зробити певний вплив в певних інтересах.

На даний час існує деяка кількість досліджень, присвячених питанню видам, принципам, функціям соціальних комунікацій. Це

роботи таких авторів, як: Холод О. М.,Бебик В. М., Масуда І., Іванов В. та ін.

Учений О. Холод вважає, що соціальні комунікації - це не одиничне поняття, а множинне, тобто таке, яке об'єднує безліч інших реалій і понять. До прикладу, соціальні комунікації містять: інформацію, яку передають; соціальні канали передачі такої інформації; носіїв інформації; особливості і властивості інформації, яку передають або яка приймається, її носіїв, канали трансляції; чинники, що спотворюють або поліпшують як засоби трансляції, так і сенс інформації, яка передається. Нарешті, найважливіше: соціальні комунікації як поняття припускають аналіз явищ, які не вивчалися раніше і які виникають на перетині, наприклад, соціології і психолінгвістики, політології й етноісторії, соціолінгвістики і паблік рилейшнз, теорії комунікації і соціології мас-медіа [4, 29-31]. Японський вчений Е. Масуда охарактеризував комунікацію як економічну категорію та суспільне благо, яке впливає на розвиток всіх сфер суспільного життя [5]. О. Курбан зазначає, що соціальна комунікація є важливою передумовою наукового прогресу та основою динамічного розвитку суспільних відносин. … Сучасні науковці та практики, що працюють у соціокомунікативній сфері, в цілому досить чітко і в більш-менш єдиному руслі визначають основні ознаки цього явища [3, 66].

Метою нашої роботи є дослідження процесу використання засобів соціальних комунікацій в роботі рекламних агенцій міста Одеси на прикладі РА «Аіта», «Вместе», «Ніка». Було проведено опитування співробітників цих РА стосовно таких основних питань: які соціальні комунікації використовуються в РА у поточному часі? Якою є ефективність впливу використовуваних соціальних комунікацій? Як можна оцінити інтенцію соціальних комунікацій.

У результаті опитування та проведення аналізу відповідей на основні питання можемо зробити такі висновки.

Рекламні повідомлення в більшості є масовими, тобто аудиторія сприймає суспільно значиму інформацію. Різниця використання соціальних комунікацій та їх вплив на аудиторію в обраних РА - лише

у каналах передачі. РА «Аіта» використовує візуальні канали передачі, це зумовлено тим, що РА поширює повідомлення рекламного характеру в відеоформаті, на відміну від РА «Вместе» і «Ніка», котрі поширюють інформацію за допомогою поліграфічної реклами, транспортної та Інтернет - ресурсів. Ефективність сприйняття інформації в РА «Аіта» не значно, але більша, ніж в двох інших, адже аудіовізуальні рекламні повідомлення про товар або послугу є більш яскравими та незвичними, ніж буденні, наприклад, листівки або буклети, котрі не завжди зацікавлюють аудиторію.

Рекламні агентства високо оцінюють використання соціальних комунікацій в своїй діяльності. Співробітники усіх трьох агенцій стверджують,що процес соціальної комунікації відбувається під час багатостороннього та різнорівневого обміну соціальною інформацією між політичною, економічною та духовною сферами суспільства. Реклама використовується для інформування суспільства про нововведення, покликаних забезпечити життя людини більш комфортним,зручним, що пов'язано зі створенням нових товарів і послуг. Наголошується, що важливу роль в діяльності рекламної агенції відіграє також канал комунікації, котрий об'єднує всіх учасників процесу комунікації та носіїв інформації: з моменту кодування сигналу, що посилається, до моменту отримання його адресатом. Соціальні комунікації відіграють дуже важливу роль у формуванні уявлення по товар чи послугу, тому що, завдяки масовій соціальній комунікації, повідомлення стає більш простішим, але більш інформативним.

Мета рекламних повідомлень в обраних рекламних агенціях співпадає, тобто повідомлення спрямовується на певні аспекти,а саме :

- Інформування суспільства.
- Звертання уваги аудиторії на існування певного товару та послуг.
- Нагадування про наявність закладу або товару.
- Вплив на емоційний стан та свідомість аудиторії.
- Не знижувати ефективність впливу, а саме доносити інформацію до аудиторії ненав’язливо, навіть подавати в нейтральній формі.

Також обрані рекламні агенції в своїй професійній діяльності використовують таку форму соціальної комунікації, як консультування потенційного замовника.

Література

1. Бебик В. М. Глобальне інформаційне суспільство: поняття, структура, комунікації / В. М. Бебик // Інформація і право. – 2011. – № 1 (1). – С. 41–49.
2. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с
3. Курбан О.Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання // Інформаційне суспільство. Вип.10, 2009. – С.64-66.
4. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз ; навч. посіб. - 2-ге вид., доп. і перероб. - Львів : ПАІС, 2011.
5. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society / Y. Masuda. – Washington, 2005. – 456 p.

Мадина Бобожонова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ

Аннотация: *Теория коммуникации рассматривает социальное значение коммуникации, которое означает и характеризует разнообразие связей и отношений, которые возникают в человеческом обществе*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, подходы, особенности, передача, соединение, сообщение, общий*

Анотація: *Теорія комунікації розглядає соціальне значення комунікації, яке означає і характеризує різноманітність зв'язків і відносин, які виникають в людському суспільстві*

Ключові слова: *комунікація, соціальної комунікація, підходи, особливості, передача, з'єднання, повідомлення, загальний*

Abstract: *The theory of communication considers the social meaning of communication, which means and characterizes the variety of connections and relations that arise in human society*

Keywords: *communication, social communication, approaches, features, transmission, connection, communication, general*

Коммуникация происходить от латинского слова «communicatio» - единство, «передача, соединение, сообщение», связанного с глаголом «communico» - делаю общим, сообщаю, соединяю, производным от латинского «communis» - общий.

Понятие коммуникация может употребляться в значении:

- социальная коммуникация, общение между людьми и другими социальными субъектами;

- связь с помощью технических средств;

- определенная система, с помощью которой обеспечивается соединение между отдаленными объектами, например, подземные коммуникации, транспортные коммуникации, канализационные коммуникации и т.п.

Можно выделить несколько основных подходов к пониманию сущности социальной коммуникации в современной науке. В частности, коммуникация рассматривается как:

- обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые способны принимать информацию, накапливать ее и превращать;
- информационная связь субъекта с тем или другим объектом;
- способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление людей;
- акт отправления информации от мозга одного человека к мозгу другого;
- специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

Обобщая, можно говорить о существовании двух подходов к определению сущности коммуникации - механистического и деятельностного.

Механистический подход рассматривает коммуникацию как однонаправленный процесс передачи и приема информации.

Деятельностный подход рассматривает коммуникацию как процесс общения, обмена мнениями, знаниями, чувствами, схемами поведения, а также как общую деятельность участников коммуникации, в ходе которой производится общий взгляд на вещи и действия с ними.

Теория коммуникации рассматривает социальное значение коммуникации, которое означает и характеризует разнообразие связей и отношений, которые возникают в человеческом обществе (коммуникационные процессы в обществе).

Социальная коммуникация - это обмен между людьми или другими социальными субъектами целостными знаковыми сообщениями, в которых отображенные информация, знание, идеи, эмоции и т.п., обусловленный определенными социальными критериями, различными сфера коммуникации, правилами поведения и обмена информацией в социуме.

Выделяются три основные (базовые) функции социальной коммуникации:

- Информационная функция означает, что благодаря социальной коммуникации в обществе передается информация о предметах, их свойствах, явлениях, действиях и процессах.

- Экспрессивная функция определяет способность социальной коммуникации передавать оценочную информацию о предметах или явлениях.

- Прагматическая функция означает, что социальная коммуникация является средством, которое побуждает человека к определенному действию и реакции.

Социальная коммуникация является объектом изучения многих наук - как гуманитарных, так и точных. Каждая наука выделяет из коммуникации как объекта исследования свой предмет изучения:

- технические дисциплины изучают возможности и способы передачи, обработки и хранения информации, создание специальных кодов - систем определенных символов и правил, с помощью которых можно представить необходимую информацию;

- психология и психолингвистика рассматривают факторы, которые оказывают содействие передаче и восприятию информации, причины, которые усложняют процесс межличностной и массовой коммуникации, а также мотивированность языкового поведения коммуникантов;

- этнография изучает бытовые и культурологические особенности коммуникации как общение в этнических ареалах;

- лингвистика занимается проблемами вербальной коммуникации - нормативным и ненормативным употреблением слов и словосочетаний в языке (как устной, так и письменной);

- паралингвистика специализируется на средствах невербальной коммуникации;

- социолингвистика исследует проблемы, связанные с социальной природой языка и особенностями его функционирование в разных социумах, а также механизмы взаимодействия социальных и языковых факторов, которые обуславливают контакты между представителями разных социальных групп;

- социология исследует проблемы связей и отношений отдельных социальных субъектов (отдельных личностей, малых и больших социальных групп);

- в политологии возникло отдельное направление, которое исследует политические процессы с точки зрения информационного обмена между субъектами политики.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц- М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М.. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе– М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Дилафруз Мухаммедова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: *Социальная коммуникация - интердисциплина, изучающая процессы распространения и циркуляции информации в обществе. Первоначальное значение термина "коммуникация" (от лат. cottunicatio - путь сообщения) с течением времени несколько изменилось и в настоящее время переводится с романских языков (cottunication) как сообщение, процесс передачи информации, причем трактуемый весьма широко.*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, распространения, циркуляция, информация, первые определения коммуникации*

Анотація: *Соціальна комунікація - інтердісціпліна, що вивчає процеси поширення і циркуляції інформації в суспільстві. Первісне значення терміна "комунікація" (від лат. Cottunicatio - шлях повідомлення) з плином часу дещо змінилося і в даний час перекладається з романських мов (cottunication) як повідомлення, процес передачі інформації, причому потрактований вельми широко.*

Ключові слова: *комунікація, соціальної комунікація, поширення, циркуляція, інформація, перші визначення комунікації*

Abstract: *Social communication is an interdiscipline that studies the processes of information dissemination and circulation in a society. The original meaning of the term "communication" (from Latin communicatio - the path of communication) has changed somewhat over time and is being translated from the Romance languages as a communication, the process of information transfer, which is interpreted quite extensively.*

Keywords: *communication, social communication, dissemination, circulation, information, the first definitions of communication*

Различают, как минимум, пять уровней исследований коммуникации. Интраперсональная коммуникация изучает "разговоры с самим собой", процессы обработки информации индивидом. Интерперсональная коммуникация исследует межличностное взаимодействие, включая параязыки, такие, например, как взаимное расположение в пространстве или "язык тела". Групповая коммуникация занимается исследованиями групповой динамики; к ним относятся и исследования институциональной (организационной) коммуникации. Массовая коммуникация имеет дело с сообщениями, направляемыми массовой аудитории через средства массовой информации, часто с политическими или коммерческими целями. Пятый, в последние годы особенно быстро развивающийся, вид коммуникации изучает обмен сообщениями с объектами, не являющимися людьми, в первую очередь, с машинами, компьютерами, высокими технологиями, например, компьютерными играми или банкоматами.

Выделение наук о коммуникации в самостоятельное направление принято относить к 1950-м, хотя первые публикации его основоположников Г.Лассуэлла, П.Лазарсфельда, Н.Винера и др. появились еще в 1940-х и даже 1930-х. Принято считать, что концепция коммуникации возникла в результате разочарования в идеалах демократии, оказавшихся неспособными предотвратить возникновение тоталитарных режимов, беспрецедентных по своей жестокости войн, массовых преступлений против человечности.

Первые определения коммуникации настаивают, в большей или меньшей степени, на механизмах, благоприятствующих развитию социальных отношений, в частности, на механизмах передачи содержания и феноменах символизации. Исторически первая кибернетическая модель коммуникации, разработанная основателем кибернетики Н.Винером, основана на математической теории информации, согласно которой информация, полученная через открытую систему, уменьшает степень неопределенности, энтропии, которая в замкнутой системе необратимо возрастает, что приводит к возрастанию беспорядка и, в конечном счете, к потере контроля над функционированием системы.

Кибернетика как учение о "контроле и отношениях", таким образом, заявила свои претензии на новую идеологию - идеологию "открытого общества", стабильность которого поддерживалась бы свободной циркуляцией информации, равно доступной всем его членам. Несмотря на всю утопичность, эта идеология была с энтузиазмом воспринята интеллектуалами 1950-х, и сегодня трансформировалась в феномен "коммуникационного" мышления, важнейшим требованием которого, наряду с терпимостью и готовностью к компромиссам, является "прозрачность" информационных потоков.

Не меньшее влияние на становление наук об информации и коммуникации имело эмпирико-функционалистское направление исследований СМИ, сложившееся в США в годы Второй мировой войны и пережившее подлинный расцвет в 1950-х. Это направление традиционно связывают с именами П.Лазарфельда, впервые исследовавшего аудитории радио и прессы, К.Ховланда, психосоциолога, изучавшего феномены формирования индивидуальных мнений и убежденности в малых группах, и Г.Ласуэлла, занимавшегося теорией пропаганды и функционированием масс-медиа. Последнему мы, в частности, обязаны знаменитым определением коммуникативного акта, который может быть описан ответами на следующие вопросы: Кто? Что говорит? По какому каналу? Кому? С каким результатом? Эмпирико-функционалистский подход сыграл чрезвычайно важную роль в становлении исследований коммуникации. Были уточнены теоретические основания модели коммуникативного акта, зафиксированы и развиты правила эмпирических работ. Гибкость функционального подхода к исследованиям СМИ, его открытость влиянию "сопредельных" наук привели к впечатляющим научным результатам, среди которых теория манипулирования массами, известная как теория "подкожного впрыскивания", основы которой заложила модель двухэтапного воздействия коммуникации Каца и Лазарфельда; "спираль молчания" (Ноэль-Нойман); открытие функции "записной книжки" СМИ (МакКомбс и Шоу); стратификация телевизионной публики (Клик и Леви); исследования культурной и

гражданской эффективности телевидения (Гербнер и др.) и многое другое. Следует, однако, отметить, что функционалистская модель социологии коммуникации "причина - действие" (или "стимул - ответ", в бихевиористской терминологии) полностью противоречит "циркулярной" модели кибернетического подхода. Все попытки примирить или объединить их потерпели неудачу. Фундаментальные различия моделей с неизбежностью дифференцировали интересы исследователей социологии коммуникации: если для кибернетиков основной интерес представляла циркуляция информации в обществе, то функционалисты концентрировали свое внимание на роли СМИ и теории влияния.

Третьим основополагающим направлением, без которого сегодня невозможно представить науки о коммуникации, является структурный метод и его лингвистические и, в более широком смысле, семиологические, приложения. Среди авторов, положивших начало структурным исследованиям коммуникации, необходимо назвать К.Леви-Стросса, М.Фуко, Р.Барта, К.Метца, У.Пирса и др. Методы структурного анализа применяются к художественным и профессиональным текстам, аудио-, видео- и кинодокументам. Они легли в основу развития современных методов обработки информации и репрезентации знаний.

С конца 1960-х наука, сложившиеся первоначально из трех "фундаментальных" направлений, стали предметом интереса со стороны академических профессиональных сообществ и были обогащены многочисленными идеями. Среди них, в частности, следует отметить социологию массовой культуры, социологию массовой коммуникации, психосоциологию, политэкономию (критическую) коммуникации, прагматику, этнографию коммуникации, этнометодологию и социологию социальных взаимодействий, социологию техники и медиатизации, исследования социального потребления медиа и новых технологий информации и коммуникации, наконец, различные философские рефлексии. Информация и "продолжающая" ее коммуникация приобретают все большую стратегическую значимость, особенно в сфере управления, политического и экономического соперничества. Коммуникационные

техники обновляют и порождают новые социальные технологии, а биржевая стоимость сектора коммуникации, равно как и сектора информационных товаров, организуемого все более и более на промышленной основе, постоянно возрастает на протяжении вот уже, по крайней мере, десятилетия. В течение полувека коммуникационная теория обогащается многочисленными разработками, однако ее конфигурация еще не сложилась окончательно и продолжает динамично развиваться. Можно ожидать, что происходящие изменения повлекут за собой новые теоретические результаты.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц - М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М .. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе – М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Ольга Конокієнко, Наталя Масі
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ПРОБЛЕМА ВЗАЄМОДІЇ ВЛАДИ ТА МОЛОДІ. ЗМЕНШЕННЯ БАРЬЄРУ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРОЕКТУ «МОЛОДІЖНА АЛЬТЕРНАТИВА»

Анотація. *Аналізується значення молоді та молодіжних організацій у функціонуванні державної політики України. Визначаються особливості в організації взаємовідносин молоді з державним апаратом управління. Аналізуються молодіжні програми для удосконалення механізму державної молодіжної політики в Україні.*

Аннотация. *Анализируется значение молодежи и молодежных организаций в функционировании государственной политики Украины. Определяются особенности в организации взаимоотношений молодежи с государственным аппаратом управления. Анализируются молодежные программы для усовершенствования механизма государственной молодежной политики в Украине.*

Annotation. *The importance of youth and youth organizations in the functioning of the state policy of Ukraine is analyzed. The peculiarities in the organization of relations between youth and the state apparatus of management are determined. The youth programs for improving the mechanism of state youth policy in Ukraine are analyzed.*

В українському суспільстві відбувається процес зміни управлінських поколінь. Біологічний вік та різні соціальні причин наштовхують вирішувати важливі проблеми державного розвитку молоді. Залучення до системи державного управління молодих, професійно підготовлених та морально стійких спеціалістів стає одним із важливих чинників підвищення ефективності механізму державного управління.

В Україні були розроблені два базових нормативно-правових акти з питань державної молодіжної політики: Декларація «Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні» (прийнято 15 грудня 1992 р.) та Закон України «Про сприяння соціальному

становленню та розвитку молоді в Україні» (прийнято 5 лютого 1993 р.) [2].

Робота парламентських комітетів з питань молоді в умовах незалежної України освітлюється в різній науковій літературі, а саме у державних доповідях про становище молоді в Україні [3-4]. В доповідях про становище молоді при загальному викладі структури органів державної влади, їх повноважень і діяльності, відповідаючим за формування та реалізацію державної молодіжної політики є Комітет Верховної Ради України. Співавтор державних доповідей Є. Бородін в свій монографії [6] описав роль молодіжного парламентського Комітету в формуванні і реалізації державної молодіжної політики.

Комітет Верховної Ради України відіграв значну роль в законодавчому забезпеченні державної молодіжної політики. Він здійснював парламентський контроль над реалізацією молодіжної політики перш за все за допомогою «Днів Уряду» з питань молодіжної політики, але ж часом їх стали проводити все рідше, хоч важливість їх проведення все зростає.

Важливу роль у формуванні та реалізації молодіжної політики відіграє громадська організація «Молодіжна Альтернатива», що була заснована у січні 1994 року з метою розвитку та впровадження різноманітних освітніх програм для залученню молоді до активної та безпосередньої участі у політичному житті країни. Організація є позапартійною, недержавною та неприбутковою.

Потягом 24 років Молодіжна Альтернатива активно та успішно працює заради розвитку громадянського суспільства в Україні. Організація залучає молодь до політичного життя України шляхом організації різноманітних стажувань у органах влади (Верховній Раді, органах місцевого самоврядування). Успішно сприяє формуванню нового покоління політиків для незалежної України. Формування свідомої молоді з політичних питань відбувається через просуванні ідей і цінностей демократії у молодіжне середовище, і як наслідок активізація громадської участі молоді в політичному процесі.

Законодавча база щодо реалізації державної молодіжної політики в Україні вже напрацьована, але вона доповнювалася та змінювалася, але й по цей час потребує удосконалення. Тенденції розвитку та удосконалення державної молодіжної політики мають дедалі

посилюватися і створювати все нові концепції для вирішення молодіжних проблем, що сприятимуть особистісному та суспільному становленню і розвитку молодого покоління.

Зараз спостерігається тенденція щодо конкретизації напрямів молодіжної програми, показників її ефективності та збільшення заходів із залучення молоді до процесу реалізації державної молодіжної політики. Громадська організація «Молодіжна Альтернатива» відіграє важливу роль у залучені молоді до політичного життя країни за допомогою створення різноманітних проектів, адміністрування Програм стажувань молоді у органах влади та ін. важливої діяльності.

Література

1. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складанн [Текст]: ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. – [Чинний від 2007-07-01]. – Київ: Держспоживстандарт України, 2007. – 47 с. – (Національний стандарт України).

2. Декларація «Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні» від 15 грудня 1992 року.

3. Молодь в умовах незалежної України (1991–2011 роки) : щорічна доповідь Президентові України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Державний інститут сімейної та молодіжної політики ; [редкол.: О.В. Белишев (голова) та ін.]. – Київ, 2012. – 316 с.

4. Нове покоління незалежної України (1991–2001 роки) : щорічна доповідь Президентові України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні (за підсумками 2001 р.) / кол. авторів : В.А. Головенько та О.О. Яременко (керівники) та ін. – К. : Державний інститут проблем сім'ї та молоді, 2002. – 211 с.

5. Про Загальнодержавну програму підтримки молоді на 2004 – 2008 роки: Закон України від 18 листоп. 2003 р. № 1281–IV // Офіц. вісн. України. – 2004. – № 47. – С. 12 – 14.

6. Бородін Є.І. Державна молодіжна політика в Україні: процесс формування та розвитку (1991–2004 рр.) : монографія / Є.І. Бородін. – Д.: Пороги, 2008. – 429 с.

Анастасія Крайнюк, Валентина Кубко
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСІ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Охарактеризовані основні компоненти та етапи індивідуальної соціальної реальності, розроблено алгоритм її конструювання. Вивчається акт комунікації як місце зустрічі соціального світу і свідомості індивіда.

Ключові слова: *інтеракція, соціальна реальність, хабітуалізація, інституалізація, легітимізація, реіфікація.*

Охарактеризованы основные компоненты и этапы индивидуальной социальной реальности, разработан алгоритм ее конструирования. Изучается акт коммуникации как место встречи социального мира и сознания индивида.

Ключевые слова: *интеракция, социальная реальность, хабитуализация, институализация, легитимизация, реификация.*

The main components and stages of the individual social reality are characterized, the algorithm of its construction is developed. The act of communication is studied as a meeting place of the social world and the consciousness of the individual.

Key words: *interactivity, social reality, habitualization, institutionalization, legitimization, reification.*

Актуальність дослідження. Під впливом особистісних аспектів та процесу комунікативної взаємодії індивідів формується соціальний аспект навколишнього середовища, в якому комплектується й розвивається суспільство в цілому та кожен індивід окремо. Тому для становлення особистості, росту її рівня комунікативної компетентності з метою виховання інформаційного суспільства, яке б задовольняло потреби сучасного світу, необхідно враховувати фактори, під впливом яких воно організовується. Чітке розуміння закономірностей процесу інтеракції як засобу конструювання соціальної реальності та їх врахування в практичній діяльності дозволить підвищити загальний

рівень комунікативної культури суспільства і будувати омріяну реальність, у чому й полягає актуальність досліджуваної теми.

Дослідно-експериментальна робота проводилася на базі праць таких корифеїв у сфері теорії комунікації та соціології, як: П. Бергера, Т. Лукмана, А. Шюца, П. О. Бурдьє, Ю. В. Смирнова та багатьох інших.

Виклад основного матеріалу. Процесуальною величиною комунікативної ситуації є комунікативна взаємодія (інтеракція) як суб'єктно-об'єктно-суб'єктна діяльність учасників спілкування, спрямована на інформаційний обмін і вплив на свідомість чи поведінку на підставі тексту (повідомлення), паравербальних засобів, інтенційно-стратегічних програм та інтерпретанти комунікантів [4, 192].

Поняття «соціального конструювання реальності» вперше в науковий простір ввели видатні сучасні соціологи П. Бергер та Т. Лукман. Ядром їх дослідження є різноманіття знань у суспільстві, а також ті процеси, «за допомогою яких будь-яка система знання» стає соціально визнаною реальністю [2, 52]. Тобто, знання і є реальність, яка не породжується індивідом, а трансформується під впливом його діяльності.

Впродовж усіх періодів еволюції людства існувала проблема комунікативної взаємодії як особистостей один з одними, так і в системі «індивід-суспільство» та її наслідків. Нові інформаційні технології призводять до постійних змін і породжують потребу у вдосконаленні норм, правил, законів та аксіом, яким підпорядковується процес інтеракції та їх трансформації й адаптації. Особлива складність упорядкування реальності полягає у індивідуальних особливостях свідомості кожного, під впливом яких і формується соціальна реальність, що у нейролінгвістичному програмуванні виражається поняттям «карта».

Для вирішення цієї проблеми розуміння закономірностей під впливом, яких відбувається конструювання соціальної реальності в свідомості людей, можна звернутися до наступних соціологічних теорій, які пропонують можливі варіанти її уникнення: феноменологічна теорія А. Шюца, П. Бергера, Т. Лукмана та теорію «габітусу» П. Бурдьє. А. Шюц стверджує, що «світ повсякденного

життя вказує своїм походженням і значенням на діяльність людських істот» [6, 14].

Соціальний світ доступний індивіду як символ, що підлягає інтерпретації, причому весь соціальний світ виступає в деякій мірі системою символів, вираженою в мові, мовленні, повсякденних діях. Тому головним завданням людини стає прояснення цілей дій інших людей, мотивів діяльності соціальних інститутів та на що спрямоване їх функціонування [5, 14].

У межах повсякденного життя комунікація можлива настільки, наскільки в суспільстві діють сформовані задовго до появи індивіда типізації, що стосуються встановлених норм, зв'язків, всього того, на чому ґрунтується практичне життя в даній соціальній реальності.

Процес комунікації, активізуючи в мовній практиці ці інтерсуб'єктивні схеми, дозволяє зустрітися індивідуальній свідомості соціального об'єкта і величезного світу повсякдення, розставляючи по місцях і піддаючи суворій категоризації засвоєний в процесі отримання інформації досвід. Реальність повсякденного життя представляється кожному учаснику соціальних процесів як інтерсуб'єктивний світ, який він розділяє з іншими людьми.

Все це можливо тому, що «феномени реальності вже систематизовані в зразках, які здаються незалежними від нашого розуміння і які накладаються на нього» [3, 14]. За словами П. Лукмана та Т. Бергера весь масив індивідуального досвіду і знань реальності підлягають колективному схваленню через співставлення з «соціальним запасом знань», який представляє собою загальновживане використання мови і таке ж сприйняття інституціональних актів, які в комплексі і являють собою соціальну реальність [2, 31-32].

Розглядаючи інституалізацію, як провідне поняття при конструюванні соціальної реальності, П. Бергер і Т. Лукман відзначають, що розвиток людини відбувається при безперервній взаємодії з природним середовищем і, звичайно з соціально-культурним порядком. Розвиток людського організму в умовах соціально обумовленого навколишнього середовища залежить від зв'язку між організмом і людським «я». Такий взаємозв'язок називається ексцентричним: з одного боку, людина є тіло, з іншого –

вона сприймає себе як істота, що не підпорядковується своєму тілу, а яка сама керує ним. У процесі постійної екстерналізації індивід вибудовує соціальний порядок – це повністю людський продукт.

Інституалізації передує хабітуалізація, якій піддається будь-яка людська діяльність. Цей термін буквально означає «призвичаєння» – будь-яка дія повторюється, стаючи зразком. Згодом воно може бути відтворене з найменшими зусиллями [1, 39]. Інституалізація є там, де здійснюється типізація звичних дій, які підтримуються групою, а не одним індивідом. Інститут констатує певні правила, сформовані протягом будь-якого історичного періоду, крім того, він, за допомогою зразків, контролює поведінку людини.

Наступним етапом після інституціоналізації є легітимація. Вона «є процесом, за допомогою якого виправдовується і обґрунтовується існування інституціоналізованого світу саме в тому вигляді, в якому він існує в даний момент часу» [1, 42]. Легітимація відбувається на рівні символічних універсумів – сукупності об'єктивованих значень. Завершує процес реіфікація – придбання інституціоналізованим світом статусу об'єктивної реальності.

П. Бурдьє формулює ідею існування «habitus» – надіндивідуальних ідеологічних структур. Габітус – це «система диспозицій, що породжує і структурує практику агента і його уявлення. Він дозволяє агенту спонтанно орієнтуватися в соціальному просторі і реагувати більш-менш адекватно на події та ситуації ...» [3, 65].

Насправді, в реальному життя людина зіштовхується з даним процесом постійно, навіть не усвідомлюючи цього. Сьогодення – це лавиноподібний ріст інформації, поява нових явищ, об'єктів, стрімкий науково-технічний прогрес. Тому індивіду доводить дані реалії аналізувати, зіставляти з поглядами об'єднань, що в кінцевому результаті приводить до прийняття та уніфікації, тобто закріплення конкретної ситуації як апріорі дійсною.

Таким чином, існує дві протилежні, але в той же час ті, що доповнюють одна одну, позиції щодо основ формування соціальної реальності. З одного боку вона конструюється на основі вже закладених традицій та норм, з іншого – саме свідомість індивідів є рушієм та базою її організації і впливає на закономірності становлення

та розвитку «індивідуальної» соціальної реальності. Тобто, соціальна реальність – це організована, упорядкована і структурована реальність. Тісний взаємозв'язок різних соціальних змін у природі виражено в понятті «соціальний процес», який передбачає безперервність соціальних змін суспільства та соціальної реальності.

Отже, протягом дослідження встановлено таку обернено пропорційну залежність: для того, щоб відбулось конструювання (породження) соціального світу в свідомості індивіда, необхідна успішна комунікація, з іншого боку, ефективний комунікативний акт не може відбутися, якщо відсутній фундамент для взаєморозуміння (усталена єдність сприйняття та оцінки соціальних актів).

Література

1. Баксанский О. Е. Когнитивное конструирование реальности [Текст]: философия образования / О. Е. Баксанский, Е. Н. Кучер.– М.: ЛИБРОКОМ, 2012.– 256 с.
2. Бергер П. Социальное конструирование реальности [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман.– М.: Медиум, 1995.– 324 с.
3. Бурдье П. О. Стратегии воспризводства и способы господства [Текст] / П. О. Бурдье.– СПб.: Алетейя, 2007.– 288 с.
4. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації [Текст]: Підручник / О. О. Селіванова. – Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2011.– 350 с .
5. Смирнов Ю. В. Конструирование социальной реальности: коммуникативный аспект [Текст] / Ю. В. Смирнов // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева.– 2012.– № 4.– С. 13-18.
6. Шюц А. Мир, светящийся смыслом [Текст]: Избранное / А. Шюц.– М.: РОССПЭН, 2004. – 1056 с.

Малика Махмудова
Бухарский инженерно технологический институт
Бухара, Узбекистан

КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС

Аннотация: *в стати рассматривается важнейшей составляющей социального взаимодействия - социальная коммуникация.*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, типы социальнойкоммуникации, символический процесс, институционализация, культура, техническая средства*

Анотація: *до статей розглядається найважливішою складовою соціальної взаємодії - соціальна комунікація.*

Ключові слова: *комунікація, соціальної комунікація, типи соціальнойкоммунікації, символічний процес, інституціоналізація, культура, технічна кошти*

Abstract: *in the article, the most important component of social interaction is social communication.*

Key words: *communication, social communication, types of social communication, symbolic process, institutionalization, culture, technical means*

Социальная коммуникация в современной социологии рассматривается как взаимный обмен между факторами смысловой и оценочной социально значимой информацией, оказывающей воздействие как на факторов социального взаимодействия, так и на общество в целом. Выделяют следующие типы социальной коммуникации:

- по характеру целевой аудитории — межличностную, групповую и массовую;
- по автору, источнику сообщения — официальную и неофициальную;
- по способу трансляции — вербальную и невербальную.

Суть процесса социальной коммуникации состоит в передаче сообщения, содержащего информацию, одним участником

коммуникации другому участнику. Акт раскрытия определенного содержания сообщения в ходе коммуникации в социологии называют сигналом. Если прохожий на улице к вам обратится на иностранном языке, которого вы не знаете, то вы примете такой сигнал, но не получите реального сообщения, следовательно, в таком случае не состоится ни коммуникации, ни получения информации. Если вам говорят что-то такое, что вы уже знаете, вы получите сообщение, но оно не является для вас информацией. Оно станет информацией только в том случае, если содержит нечто для вас неизвестное.

Передача информации в ходе коммуникативного процесса требует определенных носителей — символов и знаков, так как коммуникация по своей природе — символический процесс. Такими символами и знаками выступают объекты, раскрывающие смысл, который они содержат не сами по себе, а благодаря тому, что этим смыслом их наделило общество. Такой смысл — это значение знака. Поэтому можно сказать, что коммуникация представляет собой процесс расшифровки знаков и прочтения их социальных значений. Знаками являются слова, жесты, позы, мимика, иногда — но не всегда — экспрессивное поведение (смех, улыбки, слезы, вздохи и т.д.). Важнейшая знаковая система, институционализированная обществом и имеющая исторический характер, — это язык. Индивид рождается и формируется в конкретном социальном окружении, где уже задана конкретная структура языка. Поэтому язык любого общества опосредованно отражает структуры самого общества и как бы «задает» специфику социальной коммуникации.

Важной характеристикой любого коммуникативного процесса является намерение его участников повлиять друг на друга. Влияние может осуществляться за счет использования механизмов психологического воздействия, важнейшими из которых являются убеждение и внушение. Убеждение представляет собой процесс целенаправленного коммуникативного воздействия, характеризующийся логическим обоснованием сообщения (или нескольких сообщений) с целью добиться согласия собеседника (или аудитории) с высказываемой точкой зрения.

Внушение является способом коммуникативного воздействия, рассчитанного на некритическое восприятие информации. Такой характер восприятия не требует ни развернутого логического анализа, ни оценки, ни глубоких размышлений. Влияние внушения на психику и сознание индивида осуществляется за счет воздействия на чувства, эмоции, которые в свою очередь влияют на интеллектуальные и волевые характеристики индивида, не подозревающего, что он оказался подвержен внешнему воздействию.

Внушение используется для того, чтобы создать определенное состояние, побуждающее к определенным действиям. Действенность и результативность этого процесса напрямую зависят от индивидуальных особенностей индивида, уровня его образования, культуры, психического состояния и степени подверженности различным влияниям. Кроме того, сила воздействия во многом зависит от наглядности, доступности, образности и лаконичности информации. Степень эффективности различных коммуникативных средств во многом определяется тем, насколько содержание внушаемого сообщения в общем и целом соответствует интересам и потребностям аудитории.

Человеческая коммуникация может осуществляться на любом уровне. Для того чтобы стать индивидами, мы должны овладеть искусством межличностной коммуникации и должны научиться коммуникации с самим собой — интраличностной коммуникации и саморефлексии, т.е. должны уметь не просто думать и чувствовать, но думать и чувствовать о своих собственных мыслях и чувствах.

Под массовой коммуникацией в настоящее время понимается совокупность современных технических средств, позволяющих социальному фактору обращаться к максимально многочисленной аудитории.

Основные средства массовой коммуникации - телевидение, радио, реклама, пресса и Интернет. Среди основных средств массовой коммуникации телевидение занимает лидирующие позиции, и его влияние растет с каждым годом. Современные социологические исследования демонстрируют явный приоритет телевидения в системе

способов проведения свободного времени у представителей разных поколений.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц - М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М .. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе – М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Лариса Ященко, Світлана Безугла
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОЕКТУ

Анотація: *Розглядається доцільність та можливості інформаційно-аналітичного супроводження соціального проекту місцевого масштабу. Наводиться приклад результатів інформаційно-аналітичного дослідження для підтримки соціальної ініціативи у сфері фотомистецтва. Акцентується увага на важливості врахування місцевих реалій для прийняття виваженого рішення при розробці соціального проекту.*

Ключові слова*: інформаційно-аналітичне супроводження, соціальний проект, сфера фотомистецтва, професіонально-аматорська фотогалерея.*

Аннотация: *Рассматривается целесообразность и возможности информационно-аналитического сопровождения социального проекта местного масштаба. Приводится пример результатов информационно-аналитического исследования для поддержки социальной инициативы в сфере фотоискусства.*

Акцентируется внимание на важности учета местных реалий для принятия взвешенного решения при разработке социального проекта.

Ключевые слова*: информационно-аналитическое сопровождение, социальный проект, сфера фотоискусства, профессионально-аматорская фотогалерея.*

Abstract: *The expediency and possibilities of information and analytical support of a local social project are considered. An example of the results of an information and analytical study to support social initiatives in the field of photo art is given.*

Attention is focused on the importance of taking into account local realities for taking a well-considered decision when developing a social project.

Key words: *information-analytical support, social project, sphere of photo art, professional-amateur photo gallery.*

Актуальність. В сучасному світі жодне важливе рішення не приймається без відповідної інформаційно-аналітичної підтримки.

Інформаційно-аналітичне дослідження, яке проводиться для підтримки прийняття рішення, націлене на те, щоб це рішення було зваженим, вивіреним, мінімізуючим організаційні, трудові та фінансові витрати.

Прийнято вважати, що інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття рішень доцільно тільки для державного управління та комерційної сфери, однак сфера соціальних ініціатив у вигляді соціальних проектів також потребує аналітичного супроводження. Це пов'язано з тим, що подібні проекти реалізуються, як правило, за участі великої кількості людей та націлені на потреби всього суспільства.

Соціальні проекти охоплюють різні аспекти гуманітарної сфери суспільства. В наш час популярним і затребуваним є фотомистецтво, яке відображає творче бачення фотографа як художника і займає одне з ключових місць у сучасній масовій культурі. Заняття таким видом мистецтва можна розглядати як самоусвідомлення своєї власної культурної функції. Для того, щоб люди змогли розкрити свої таланти в галузі фотомистецтва, ділитися своєю творчістю та обмінюватися досвідом з іншими, народилася ідея розробки соціального проекту по створенню фотогалереї для широких верств населення м. Одеси.

Метою даної статті є підбиття підсумків проведеного інформаційно-аналітичного дослідження для визначення доцільності та можливостей розгортання в місті Одеса соціального проекту з відкриття постійно діючої професійно-аматорської фотогалереї.

Поняття «соціальний проект» для нашого суспільства є досить новим і потребує чіткого визначення. На наш погляд, найбільш доречним може вважатися наступне: соціальний проект — сконструйоване ініціатором проекту нововведення, метою якого є створення, модернізація або підтримка у зміненому середовищі матеріальної або духовної цінності, що має просторово-часові та ресурсні межі, вплив яких на людей вважається позитивним за своїм соціальним значенням [4].

Сучасне соціальне проектування — це один з найефективніших способів розвитку громадянського суспільства. Участь населення у

виробленні та прийнятті рішення по проектах, їх корегуванні, недопущення довільних соціальних рішень представників влади або приватних осіб — одна з фундаментальних основ практики соціального проектування у багатьох країнах.

Залучення у різних формах громадськості до процесів розробки та реалізації соціальних проектів значно підвищує громадянську активність населення [2].

Соціальні проекти досить багатогранні за своєю суттю і спрямовані на вирішення соціально-культурних проблем суспільства, які пов'язані з світоглядною, ідеологічною і духовно-моральною сферами буття: відсутність світоглядних основ сенсоорієнтації і соціально-культурної ідентифікації; руйнування механізму духовної спадкоємності поколінь внаслідок загальної дезінтегрованості культури, розмивання її консолідуючих ціннісних засад та традиційних форм суспільної моралі; зниження інтересу до вітчизняної культури, її історії, традицій та ін. [3].

В контексті вирішення цих нагальних проблем реалізація соціального проекту у сфері фотомистецтва відкриє можливості для культурного збагачення, вільної творчості, відкриття нових талантів, професійного зростання майстрів і навчання початківців.

Ґрунтуючись на наведеному вище трактуванні поняття «соціальний проект», були виявлені основні його складові, які визначили напрями інформаційно-аналітичного дослідження:

1. Ініціатор та суб'єкти соціального проектування – спільнота аматорів-фотографів в тандемі з професіоналами фотомистецтва, спонсорами та меценатами.

2. Об'єкт соціального проектування, який бачиться як можливий зміст нововведення у вигляді його інформаційної моделі.

Інформаційно-аналітичне дослідження доцільно проводити в 2 етапи:

Етап 1. Аналіз досвіду проведення фотовиставок в м. Одеса та визначення рівня зацікавленості жителів міста в реалізації соціального проекту з відкриття фотогалереї.

Етап 2. Інформаційний пошук для подальшого залучення можливих партнерів, меценатів, спонсорів, а також всіх зацікавлених у

реалізації проекту.

У разі отримання позитивних результатів на 1-му етапі дослідження вони можуть послужити відправною точкою для проведення 2-го етапу.

Етап 1 передбачав вирішення таких завдань:

- узагальнити накопичений досвід функціонування фотовиставок м. Одеса;
- виявити основні напрямки фотозйомки, виділити серед них найбільш популярні як серед професіоналів, так і любителів;
- визначити ступінь затребуваності постійно діючої фотогалереї для жителів м. Одеса.

Аналіз показав, що системи проведення фотовиставок в Одесі немає. Фотовиставки в Одесі проходять нерегулярно, за останній рік в Одесі проведено 7 фотовиставок:

Фотовиставка Вадима Докторова “Waterland” (01.09-30-09);

Фотовиставка «Время..Вода» Олени и Тараса Шеренговських (16.09-20.11);

Фотовиставка «Ловушка для...» (19.09-30.09);

Фотовиставка «Восемь» (26.09-05.10);

Фотовиставка «Я шила платье из этих нитей, а получилась кольчуга» (03.10-03.10);

Фотовиставка Влада Краснощека і групи «Шило» (14.12-31.12);

Фотовиставка «Це моє місто» (16.02-06.03).

Заходи є короткостроковими, в основному, не більше місяця. Спеціально відведене місце відсутнє, виставки проходять або в школах навчання фотографії, або в орендованих приміщеннях. Більшість виставок представлено роботами професійних фотографів, і тільки незначна частина з них проходять за участю аматорів.

Найбільш популярними напрямками фотозйомки даних виставок є: пейзажна зйомка, портрет, натюрморт, тваринний світ, тематичні сети, сюрреалізм, високий і низький ключ, макросвіт, астрофотографія, вуличні фото, портрет.

Визначення рівня зацікавленості жителів у даному проекті здійснено методом анкетування в соціальних мережах, вибірка склала 200 осіб. Крім виявлення загальних соціальних характеристик

респондентів анкетування включало питання, що дозволяють:

- визначити загальний рівень інтересу до проекту;
- виявити ступінь можливої участі в майбутньому проекті, готовність не тільки виставляти свої роботи, але і брати участь в організації;
- конкретизувати інтереси в галузі фотомистецтва;
- виявити рівень професійної підготовки і наявність досвіду.

Аналіз анкет показав, що загальна зацікавленість у проекті становить 92%, безпосередньо брати участь у проекті погодилося 86%. З напрямків фотозйомки в учасників опитування в основному інтерес викликають пейзажна зйомка, сюрреалізм, макросвіт, тематичні сети, вуличне фото. Що ж стосується наявності досвіду, то 94% респондентів становлять любителі і тільки 6% професіонали. Варто зазначити, що значне число учасників опитування складають молоді люди віком від 16 до 28 років з аматорським рівнем знань в даній сфері. Це обумовлено тим, що соціальними мережами користуються в основному молоді люди. Однак навіть така невелика вибірка дозволяє оцінити можливості нового проекту як перспективного. Для отримання більш точних результатів необхідно проводити більш широке опитування з великим охопленням жителів міста.

Таким чином, можна зробити висновок, що жителі міста активно цікавляться фотографією і готові взяти участь у старті і розвитку проекту, оскільки вважають його важливим для культурного розвитку міста та духовного удосконалення людини. З урахуванням відсутності в м. Одеса єдиного центру, що об'єднує професіоналів та любителів фотомистецтва, реалізація соціального проекту по створенню постійно діючої фотогалереї є доцільним та перспективним.

Список використаної літератури

1. Захарова І.В., Філіпова Л.Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності [Текст]/ В. І. Захарова, В. Я. Філіпова. — К.: «Центр учбової літератури», 2013.- 336 с.
2. Курбатов В. И. Социальное проектирование [Текст]: учеб. пособие / В. И. Курбатов. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.— 142 с.

3. Луков В. А. Социальное проектирование: учебное пособие для студентов высших учебных заведений [Текст]/ В. А. Луков.— М.: Московский гуманитарный ун-т: Флинта, 2010.— 230 с.
4. Национальная социологическая энциклопедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://voluntary.ru/
5. Сілкова Г. В. Інформаційно-аналітичні дослідження як особливий аспект інформаційної діяльності [Текст] / Г. В. Сілкова. — Рівне:[б.в.], 1997. — 53 с.
6. Шугайло И. В. «Автор» и «Герой» в фотографии [Текст]/ И. В. Шугайло // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии, 2008. — №2. — С.14-16.
7. Ященко Л. Є. Розробка узагальнюючого алгоритму проведення інформаційно-аналітичного дослідження для практичного застосування [Текст]/ Л. Є. Ященко, К. І. Ткаченко.- Матеріали 7 Міжн. наук.-практ. конф. «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології ХХ1 століття.- Одеса. - ОНПУ, 2014.– С. 86-89.
8. 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.: [б.в.], 2016.– Вип. 8.- С.46-48.– Режим доступу: http://www.inter-nauka.com/issues/2016/8/1483

Дилдора Алимова
Бухарский инженерно технологический институт
Бухара, Узбекистан

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЩЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: *В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становиться осознанным, связанным вербальными и невербальными актами.*

Ключевые слова: *общение. коммуникация, социальной коммуникация, передача информации, процесс, механизм, коммуникатор, реципиент. содержание, цель, средства. аудио-вербаль, кинесико-тактиль*

Анотація: *В принципі спілкування характерне для будь-яких живих істот, але лише на рівні людини процес спілкування ставати усвідомленим, зв'язаним вербальним і невербальним актами.*

Ключові слова: *спілкування. комунікація, соціальної комунікація, передача інформації, процес, механізм, комунікатор, реципієнт. зміст, мета, засоби. аудіо-вербален, кінесіка-тактіль*

Annotation: *In principle, communication is characteristic of any living beings, but only at the level of a person the process of communication becomes conscious, connected by verbal and non-verbal acts.*

Key words: *communication. communication, social communication, information transfer, process, mechanism, communicator, recipient. content, purpose, means. audio verbal, kinesiko-tactile*

Общение - сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга. Субъектами общения являются живые существа, люди. В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становиться осознанным, связанным вербальными и невербальными актами. Человек, передающий информацию, называется коммуникатором, получающий ее - реципиентом.

Социальная коммуникация – это:

- передача информации, идей, эмоций посредством знаков, символов
- процесс, который связывает отдельные части соц. систем друг с другом.
- механизм, посредством которого реализуется власть (власть, как попытка определить поведение другого человека).

В общении можно выделить ряд аспектов: содержание, цель и средства. Рассмотрим их подробнее.

Содержание общения- информация, которая в межиндивидуальных контактах передается от одного живого существа другому. Это могут быть сведения о внутреннем (эмоциональном и т.д.) состоянии субъекта, об обстановке во внешней среде. Наиболее разнообразно содержание информации в том случае, если субъектами общения являются люди.

Цель общения- отвечает на вопрос `Ради чего существо вступает в акт общения? Здесь имеет место тот же принцип, что уже упоминался в пункте о содержании общения. У животных цели общения не выходят обычно за рамки актуальных для них биологических потребностей. У человека же эти цели могут быть весьма и весьма разнообразными являть собой средства удовлетворения социальных, культурных, творческих, познавательных, эстетических и многих других потребностей.

Средства общения- способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому. Кодирование информации - это способ ее передачи. Информация между людьми может передаваться с помощью органов чувств, речи и других знаковых систем, письменности, технических средств записи и хранения информации.

Во-первых, он состоит непосредственно из самого акта общения,коммуникации, в котором участвуют сами коммуниканты, общающиеся. Причем в нормальном случае их должно быть не менее двух.

Во-вторых, коммуниканты должны совершать само действие, которое мы и называем общением, т.е. делать нечто (говорить,

жестикулировать, позволять считывать со своих лиц определенное выражение, свидетельствующее, например, об эмоциях, переживаемых в связи с тем, что сообщается).

В-третьих, необходимо, далее определить в каждом конкретном коммуникативном акте канал связи. При разговоре по телефону таким каналом являются органы речи и слуха; в таком случае говорят об аудио-вербальном (слухо-словесном) канале, проще - о слуховом канале.

Форма и содержание письма воспринимаются по зрительному (визуально-вербальному) каналу.

Рукопожатие - способ передачи дружеского приветствия по кинесико-тактильному (двигально-осязательному) каналу.

Если же мы по костюму узнаем, что наш собеседник, допустим, узбек, то сообщение о его национальной принадлежности пришло к нам по визуальному каналу (зрительному), но не по визуально-вербальному, поскольку словесно (вербально) никто ничего не сообщал.

Коммуникативная сторона общения(иликоммуникацияв узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями). Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц - М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М .. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе – М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Шахноза Рахматова
Академический лицей Бухарскогоинженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

ИНТЕРАКТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

Аннотация: *это характеристика тех компонентов общения, которые связаны со взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, кооперация и конкуренция, перцептивная сторона общения, функция общения, виды общения, общественное мнение, уровень общения*

Анотація: *це характеристика тих компонентів спілкування, які пов'язані із взаємодією людей, з безпосередньою організацією їхньої спільної діяльності*

Ключові слова: *комунікація, соціальної комунікація, кооперація і конкуренція, перцептивна сторона спілкування, функція спілкування, види спілкування, громадська думка, рівень спілкування*

Abstract: *this is a characteristic of those components of communication that are related to the interaction of people with the direct organization of their joint activities*

Key words: *communication, social communication, cooperation and competition, perceptual side of communication, function of communication, types of communication, public opinion, level of communication*

Это характеристика тех компонентов общения, которые связаны со взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. Есть два типа взаимодействий - кооперация и конкуренция. Кооперативное взаимодействие означает Координацию сил участников. Кооперация является необходимым элементом совместной деятельности, порождается самой ее природой.

Конкуренция - одной из наиболее ярких ее форм является конфликт.

Перцептивная сторона общения- это процесс восприятия и понимания людьми друг друга.

Все три стороны общения тесно переплетаются между собой, органически дополняют друг друга и составляют процесс общения в целом.

Общение выполняет целый ряд функций вжизничеловека:

1. Социальные функции общения
   - Организация совместной деятельности
   - Управление поведением и деятельностью
   - Контроль
2. Психологические функции общения
   - Функция обеспечения психологического комфорта личности
   - Удовлетворение потребности в общении
   - Функция самоутверждения

Общение может происходить на различных уровнях:

- Манипулятивный уровень, заключается в том что один из собеседников через определенную социальную роль пытается вызвать сочувствие, жалость партнера.
- Примитивный уровень, когда один из партнеров подавляет другого (один постоянный коммуникатор, а другой постоянный реципиент).
- Высший уровень - это тот социальный уровень, когда независимо от социальной роли, статуса партнеры относятся друг к другу как к равной личности.

В зависимости от содержания, целей и средств общение можно поделить на несколько видов.

1. По содержанию оно может быть:
   - Материальное (обмен предметами и продуктами деятельности)
   - Когнитивное (обмен знаниями)
   - Кондиционное (обмен психическими или физиологическими состояниями)
   - Мотивационное (обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями)

- Деятельностное (обмен действиями, операциями, умениями, навыками)

2. По целям общение делиться на:
   - Биологическое (необходимое для поддержания, сохранения и развития организма)
   - Социальное (преследует цели расширения и укрепления межличностных контактов, установления и развития интерперсональных отношений, личностного роста индивида)
3. По средствам общение может быть:
   - Непосредственное (осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу - руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.)
   - Опосредованное (связанное с использованием специальных средств и орудий)
   - Прямое (предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения)
   - Косвенное (осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди).

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

1. Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку.
2. Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы.
3. Обсуждение интересующей проблемы.
4. Решение проблемы.
5. Завершение контакта (выход из него)

Это оценочные суждения групп людей относительно проблем и событий действительности. Существование общественного мнения подразумевает наличие проблемной ситуации, относительно которой

возможна дискуссия и коллективного субъекта, способного осознать собственные интересы и дискутировать относительно их реализации. Общественное мнение выступает в экспрессивной (т.е. связанной с выражением эмоций), контрольной и директивной функциях.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц - М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М .. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе – М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

УДК 821.161.2-95(477.74)

Марія Слюсаренко
Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського
Одеса, Україна

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СЛОВА В ОДЕСІ (30-ті РОКИ XIX – 20-ті РОКИ XX ст.)

Вивчення публіцистики Одеси важливе для доповнення знань про становлення державності на півдні України. Авторами українського публіцистичного слова стали активні громадські діячі (непрофесійні журналісти) та письменники. Публіцисти зверталися до тем національного гноблення, історії боротьби та етнографії.

***Ключові слова**: публіцистика, незалежність, нація, мова, культура, громадські діячі, письменники.*

Изучение публицистики Одессы важное для дополнения знаний о становлении Украинского государства. Авторами украинского публицистического слова стали активные общественные деятели (непрофессиональные журналисты) и писатели. Публицисты обращались к темам национального гнета, истории борьбы и этнографии.

***Ключевые слова:** публицистика, независимость, нация, язык, культура, общественные деятели, писатели.*

The study of journalism in Odessa is important for completing the knowledge about the formation of statehood in the south of Ukraine. The authors of the Ukrainian journalistic word were active public figures (nonprofessional journalists) and writers. Publicists turned to the topics of national oppression, the history of struggle and ethnography.

***Key words**: journalism, independence, nation, language, culture, public figures, writers.*

Публіцистична творча діяльність представників окремого регіонального центру – достеменне джерело відомостей, плідний матеріал для вивчення й заповнення прогалини в історії народу та

країни. Одеса – один з найбільших культурних, економічних, освітніх центрів півдня України. Вивчення українського публіцистичного слова містян важливе для усвідомлення умов становлення державності в Причорномор'ї.

Одеса розвивалося за активної участі етнічних українців і, зокрема, щільно заселеної в районі Пересипу козацької спільноти. Увага в Одесі до всього українського – явище закономірне. Не дивно, що впорядкована в місті збірка народних пісень і дум вийшла друком у 1836 році і своєю появою випередила знамениту «Русалку Дністрову». Автор пісенника Платон Лукашевич вже мав написаний і виданий в Одесі перший українськомовний твір «Маруся, казка» [9, с. 86].

Публіцистика Одеси як важливе явище суспільного життя мало досліджена. Поодинокі відомості містяться в статтях, присвячених творчості відомих діячів [1], [4], [11], а також у розвідках на історичну тематику [2], [15]; тим часом узагальненої думки про розвиток у місті українського публіцистичного слова немає.

Як відомо, суспільно-політичні умови Одеси, як і підросійської України загалом, були несприятливими для утвердження національних прав і свобод. Публіцистика в Одесі виникла і розвивалася разом із зародженням громадського руху.

Першими українськими публіцистами стали вихідці із «Одеської громади», заснованої у 1876 р. талановитим істориком Рішельєвського ліцею Леонідом Смоленським (1844–1905 рр.). Політично «неблагонадійний» педагог [див. 15] активно займався національними проблемами. Під час занять він доносив важливі факти з минулого до учнівської молоді, «знайомив з історією Запорізької Січі, <…> звертав увагу на давність походження української мови, ілюструючи це прикладами з давніх літописів та «Слова про Ігорів похід»» [10, с. 273], а в вільні години читав лекції для громадських активістів, живив їх енергією боротьби. Л. Смоленський був прекрасним організатором і обдарованим промовцем. Під його керівництвом громадівці, а це здебільшого лікарі, юристи, актори, літератори, вчителі, державні службовці, поширювали й утверджували в міському середовищі національні традиції, боролися за збереження української історії та

культури. Силами товариства організовувалися різноманітні зустрічі з містянами, важливі промови громадівців про нагальні питання українства оприлюднювали у пресі [15]. У середовищі «смоленчан» викристалізувалися погляди таких відомих патріотів, як І. М. Луценко, А. В. Ніковський, Д. Д. Сигаревич, С. П. Шелухін.

Військовий лікар І. Луценко заснував у місті газету "Народна справа" (1906 р.), в якій мужньо проголосив право українців «на національне, культурне і політичне життя» [15]. Не дивно, що видання було заборонено зразу після виходу першого номера. Публіцист співпрацював з газетою «Рідний курінь», на сторінках якої розмірковував про потребу створення загонів української армії; виступав основним «істориком» журналу «Наше село», написав розвідки про героїчне минуле України: «Гетьман Іван Мазепа», «Гетьман і гетьманська влада», висвітлив кращі національні риси народу в статті «Дещо з старовини» [див 14]. У період визвольних змагань на ниву української журналістики перейшов літературознавець А. В. Ніковський. У газеті «Рада» він публікує матеріали з національного питання : «Поступовість і українська справа» (1910), «Ріжниця єсть» (1910), «Сторінка з історії двох націоналізмів (1910), «Стара суперечка» (1911) і «Чергова ревізія українства» (1913) та на етнічну тему: «Холмська справа в Державній Думі», «Лист з Одеси», «Без ґрунту», «З минувшини Холмського краю», які в 1912 році вийшли в Одесі окремою книжкою «Украинцы в Холмщине» [див 4]. А. Ніковський організував в Одесі однойменний з відомим петербурзьким виданням журнал «Основа», у якому друкувався під псевдонімом А. Яринович.

Правознавець С. П. Шелухін виступав з критикою російського шовінізму в журналі «Українське слово» [14], написав близько 60-ти статей з історії України [3].

Влітку 1887 року до Одеси переїжджає 43-річний Михайло Комаров. Різнобічно обдарований діяч вливається в ряди громадівців, а після смерті Л. Смоленського (1905р.) очолює товариство, стає лідером міських патріотів.

М. Комаров перекладає українською мовою та видає твори кращих українських письменників, пише історичні розвідки про

Антіна Головатого, запорожця Костянтина Вира, Богдана Хмельницького та запорозькі вольності.

В Одесі відомий бібліограф завершує роботу над чотиритомним російсько-українським словником, надрукованим у Львові в 1893—1898 роках, і засновує перше українське видавництво «Сніп», в якому випускає визначну збірку «Вінок Т. Шевченкові із віршів українських, галицьких, російських, білоруських і польських поетів».

М. Комаров консолідує активних діячів з різних кінців України. Він підтримує дружні зв'язки з Михайлом Грушевським, Лесею Українкою, Борисом Грінченком, Михайлом Коцюбинським, Дмитром Яворницьким, Агатангелом Кримським, Пантелеймоном Кулішем, Дмитром Дорошенком та іншими. Співпрацює з І. Франком [див. 7]. Відомий галичанин і одеський бібліограф цінують труд один одного, обмінюються схвальними рецензіями : М. Комаров відгукується в газеті “Одеський вісник” (1890 р.) на казку “Лис Микита”, І. Франко позитивно оцінює підготовлені одеситом бібліографічні покажчики видань І. Котляревського та Т. Шевченка.

М. Комаров листується з талановитим письменником, вболівальником за національні справи Іваном Нечуєм-Левицьким. Відомо, що класик літератури, довідавшись про створення українського словника, підготував і направив М. Комарову з поясненнями понад 20 слів [12, с. 426]. З 1873 до 1885 року письменник жив і працював у Кишиневі. Саме в цей період він написав гостру працю «Непотрібність великоруської літератури для України і слов’янщини» і, можливо, виношував у думках трактат «Українство на літературних позвах з Московщиною» (1891 р.). І. Нечуй-Левицький сміливо заявив про недоречність російської літератури для виховання юних українців і незнайому для них природу й побут росіян, назвав корисними для школярів твори Котляревського, Шевченка, Коцюбинського, Франка й Панаса Мирного.

Обидві праці оприлюднили львівські виданнях. Друковані думки класика про право українців писати українською мовою й створювати нею літературу й культуру були на довго заборонені. Як зазначив Ігор Михайлин, для радянської й псевдоукраїнської влади його твори в цих видах письменства — ідеологічна бомба <…> його аргументи на

захист української самостійності, української освіти, книжки, повноцінного функціонування української мови зберігають свіжість, переконливість, дотепність і сьогодні й можуть активно працювати в боротьбі України за державний суверенітет і соборність.

У кишинівський період І. Нечуй-Левицький уважно стежив за подіями в Одесі, знав зміст міських газет. Письменник радів і повідомляв однодумцям про добрі новини: «У вчорашньому № «Новоросійського телеграфа» (в Одесі) з'явилась звістка, що в українських школах буде заведений український преподавательський язик. Даруй, Боже!» [12, с.286]; «Одеська «Правда» за тиждень перед смертю надрукувала статтю – саму правдиву і сміливу, щоб дали право українській літературі і ввести український язик в народні школи» [12, с.282]. Письменник друкується в альманаху «Нива» (1885), високо оціненого І. Франком, співпрацює з «Одеським вісником» (російськомовний).

І. Нечуй-Левицький неодноразово навідувався до Одеси, фіксував свої враження від її мальовничих краєвидів. Письменник накопичив матеріал про життя і побут містян, який творчо оформив у подорожні нотатки. Про нариси «На Південній Україні», «Од Києва до Одеси», «Од Києва до Миколаєва» він повідомляв у листах до В. Барвінського [12, с.279] та І. Белея [12, с.306]. На жаль, ці творчі роботи митця, як і інші матеріали, про які зауважують дослідники [8], не увійшли до складу його творчої спадщини.

Важливою для розвитку української національної справи в Одесі стала діяльність батька та сина із родини Лип. Іван Львович Липа жив у місті з 1902 до 1919 років. Український патріот бере участь у виданні журналів «Багаття» (1902), «Основа» (1915), «Степ» (1916), засновує видавництво «Народний стяг», у якому видає твори С. Руданського, І. Гаврилюка, друкує матеріали на суспільно-політичні теми в місцевих газетах [див 14]. Юрій Липа, як і його батько, бере активну участь у громадському житті, воює проти влади більшовиків, очолює міську «Січ». Молодий активіст редагує українську щоденну газету «Вісник Одеси» (1917), пише розвідки: «Союз визволення України», «Королівство Київське за проектом Бісмарка», «Носіть свої відзнаки», «Гетьман Іван Мазепа», які побачили світ у заснованому батьком

видавництві «Народний стяг», видає останню, написану в Одесі, книжку «Табори полонених українців».

Справжньою культурною подією в Одесі 1903 р. стає упорядкований та виданий М. Вороним літературно-художній альманах “З-над хмар і долин”, що разом з іншими «знаменували собою справжнє національно-культурне відродження південного краю» [5].

З жовтня 1923 до серпня 1925 року в Одеському відділі освіти працював інспектором талановитий драматург Микола Куліш. Він багато їздив по сільських школах, бачив жорстоку дійсність голодних пореволюційних років. Свої прикрі враження письменник висвітлив у російськомовних нотатках «По весям и селам», надрукованих у п'ятьох перших номерах журналу «Наша школа» за 1923 рік. Цей цикл нарисів цікавий і для сучасного читача, допомагає усвідомити складні суперечності в історії України.

В Одесі М. Куліш пише одну із найкращих п'єсу «97». Письменник активно співпрацює з місцевою пресою, друкує в газеті «Южный селянин» матеріали про актуальні шкільні проблеми, роль вчителя в селі. Цікаві факти про південне життя повідомляє письменник у листах, зокрема до Івана Дніпровського. «В Одесі і на Одещині я рідко чую українську мову. < ... > Город на Вкраїні мовчить, гомонить виключно російською мовою» [6, с. 501].

Отже, одеська українська публіцистика зародилася в середовищі борців за національні права і свободи. Першими публіцистами стали гуртківці із «Одеської громади», непрофесійні журналісти І. Луценко, А. Ніковський, Д. Сигаревич, С. Шелухін. Авторами одеської публіцистики були відомі письменники : Іван Нечуй-Левицький, Іван та Юрій Липи, Микола Вороний та Микола Куліш. Публіцистика Одеси присвячувалася національним питанням, а також важливим історичним та етнографічним моментам українського життя. Публіцистичне українське слово причорноморського міста уточнює важливі моменти в житті українців, їх боротьби за власну державність.

Бібліографія

1. Ананченко Т. Жертовний чин великих українців (Іван та Юрій Липи) // Пам'яті Івана та Юрія Лип : Зб. матеріалів Всеукраїнської

науково - практичної конференції / упоряд. Г. Дольник. – Одеса, 2009. – С.129–142.

2. Гончарук Т. Одеса в кінці XVIII–на початку XX ст. Під владою Російської імперії (продовження) Історія Одеси: Короткий курс У золотих променях історії. РОЗДІЛ IV. (продовження 2) [електронний ресурс]. Режим доступу : https://mysliwiec.livejournal.com/2112129.html – Дата доступу: 25.01.2018
3. Давидова Н.В. Наукова інтелігенція Одеси та Миколаєва у популяризації української мови та впровадженні [електронний ресурс]. Режим доступу : http://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2005/37-24-25.pdf – Дата доступу: 25.01.2018
4. Дунай П. О. Націєтворчі інтенції публіцистичної діяльності Андрія Ніковського (1909–1916) [електронний ресурс]. Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2212 – Дата доступу: 25.01.2018
5. Калініна А. Південноукраїнські альманахи кінця XIX – початку XX століття в оцінці Івана Франка [електронний ресурс]. Режим доступу : http://institutes.lnu.edu.ua/franko/wp-content/uploads/sites/7/ukr-literaturoznavstvo/72_2010/72_2010_a.kalinina.pdf – Дата доступу: 25.01.2018.
6. Куліш М. Твори : В 2 т. – К. : Дніпро, 1990. – Т. 2 : П’єси, статті, документи, листи, спогади /Упорядн., підгот. текстів, комент. Л. С. Танюка. – К. : Дніпро, 1990. – 877 с.
7. Ладиненко О. Творчі і особисті взаємини Михайла Комарова та Івана Франка [електронний ресурс]. Режим доступу : http://dspace.tnpu.edu.ua: 8080 /jspui/bitstream/123456789/5476/1/Ladunenko.pdf – Дата доступу: 25.01.2018.
8. Михайлин І. Публіцистика пізнього І. Нечуя-Левицького в журналі «Дніпрові хвилі» [електронний ресурс]. Режим доступу : https://kharkiv-nspu.org.ua/archives/ – Дата доступу: 25.01.2018.

9. Музичка А. А. Маруся, казка. Одесса, 1834 // Записки історично-філологічного відділу / Укр. акад. наук. – Київ, 1927. – Кн. 13/14. – Частина 2. – С. 83–96. [електронний ресурс]. Режим доступу : http://shron2.chtyvo.org.ua/Zapysky_istorychno-filolohichnoho_viddilu /Knyha_13-14.pdf – Дата доступу: 25.01.2018.
10. Музичко О. Є. Рід Смоленських в історіографічному процесі середини XIX – першої третини XX ст. [електронний ресурс]. Режим доступу : zif.onu.edu.ua/article/download/65516/60758. – Дата доступу: 25.01.2018.
11. Немченко І. В. Херсонська губернія в житті й діяльності Івана Нечуя- Левицького (на матеріалі листування, спогадів, публіцистики [електронний ресурс]. Режим доступу http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/123456789/912/1/ Converted_file_7e2917d2.pdf – Дата доступу: 25.01.2018.
12. Нечуй-Левицький І. Зібрання творів у десяти томах. Том десятий : Біографічні матеріали. Статті та рецензії. Фольклорні записи. Листи. – К. : Наукова думка, 1968. – 587 с.
13. Нечуй-Левицький І. Українство на літературних позвах з Московщиною : Культурологічні трактати [упоряд. М. Чорнописький]. – Львів : Каменяр, 1988. – 256 с.
14. Пархітько О. В. Еволюційні процеси в історії української журналістики Суспільно-політична проблематика на шпальтах одеської українсько- мовної преси (1917–1918) [електронний ресурс]. Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2235. – Дата доступу: 25.01.2018.
15. Чмир С. Г. «Одеська громада» в українському національному русі (кінець XIX - початок XX ст.) [електронний ресурс]. Режим доступу : http://web.znu.edu.ua/pu/articles/62.pdf – Дата доступу: 25.01.2018.

Тетяна Шевченко
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Україна, Одеса

ДИСКУРСИВНА ПРАКТИКА: ОКРЕСЛЕННЯ ПОНЯТТЯ

У статті йдеться про поняття «дискурсивна практика», свого часу введене М. Фуко. Воно активно застосовуються в науковому обігу. Окреслена сутність цього поняття, названі чинники його формування й застосування в мовній культурі.

Ключові слова: *дискурсивна практика, медіатекст, комунікативна система, соціальна реальність, мовна поведінка.*

В статье идет речь о понятии «дискурсивная практика», в свое время введенное М. Фуко. Оно активно применяется в научном обращении. Очерченна сущность этого понятия, названны факторы его формирования и применения.

Ключевые слова: *дискурсивная практика, медиатекст, коммуникативная система, социальная реальность, языковое поведение.*

The article is about the concept of "discursive practice" introduced by M. Fuko. It is actively used in scientific communication. The article determines the entity of this concept, names factors of its formation and usage.

Key words: *discursive practice, media-text, communicative system, social reality, language behaviour.*

Кінець XX – почало XXI століття – це епоха корінних змін у всіх сферах суспільства, включаючи мистецтво, художню літературу, зокрема. Література нової формації стає доступнішою, мобільнішою, інтерактивною. Це нова якість творчості, активно залучена в процеси сучасності з її масмедійними новаціями: комунікативно-інформаційними можливостями засобів масової інформації, Інтернету, електронної та аудіо- книгопродукції, які сьогодні, через своє розповсюдження, суттєво впливають на всі сфери життя. У результаті такої взаємодії стали популяряними медіатексти як результат процесів конвергенції. Зокрема, Я. Засурський, розвиваючи ідеї Ф. Джефкінса

про медіатексти, трактує їх як чинник інтеграції і продукт комунікаційної культури, надає велике значення екстралінгвістичним моментам, а саме можливостям вербального звучання, візуального і багатошарового медіатексту, енергія якого різко збільшується в умовах конвергенції: «Медіатекст набуває відомих універсальних рис. Особливість медіатексту в тому, що він може бути включений у різні медійні структури»[1]. Так, перформативна естетика передбачає, що медіатекст знімає опозицію життя / творчість, проте, у свою чергу, передбачає позицію авторської й читацької включеності в процеси осмислення дійсності: перформанс – ключовий акт людського існування.

Масмедійний дискурс, заснований, у тому числі, і на різноманітних практиках впливу, діє на мистецтво слова, яке часто функціонує на декількох платформах одночасно, займає проміжне місце між декількома видами словесної творчості і творчої активності – публіцистичною і літературною, наприклад. У цьому сенсі нам представляється унікальною дискурсивна практика есе, яке як інтелектуальне письмо, в сучасній літературі може однаковою мірою продуктивно функціонувати в мас-медіа (у вигляді блогів, авторських колонок), і в художній творчості письменників. Есе одночасно може бути продуктом літератури і публіцистики. Сам процес ідентифікації твору як літературного або ж філософського, публіцистичного теж відходить на другий план. Чисто зовнішнім критерієм приналежності есе до літературній, а не, скажімо, публіцистичній творчості виступає художність як єдність і гармонія змістовно-формальних компонентів, котрі передбачають кореляцію певного естетичного сенсу і можливостей реалізації вислову за допомогою образних засобів. Варто взяти до уваги думку В. Тюпи: «Художність літературних текстів – це не форма, в якій мистецтво представлене для сприйняття, це комунікативний вміст естетичного сприйняття форми»[6].

Поняття «дискурсивна практика» було введено М. Фуко, хоч перед цим побіжно згадуване в роботах Ю. Крістевої і Ж. Дерріди. У своїй праці «Археологія знання» французький дослідник вводить поняття дискурсивної (мовленнєвої) практики як діяльності людей, виходячи з концепції мовного характеру мислення: «Це сукупність

анонімних історичних правил, завжди окреслених у часі й просторі, які встановили в дану епоху і для даного соціального, економічного, географічного чи лінгвістичного простору умови виконання функції висловлювання» [7, с. 117]. М. Фуко поставив за мету виявити «історичне несвідоме» різних епох, починаючи з Відродження і до XX ст включно. Виходячи з концепції мовного характеру мислення, він зводить діяльність людей до так званих «мовленнєвих», тобто дискурсивних практик. Науковець вважає, що кожна наукова дисципліна володіє своїм дискурсом, функціонує у вигляді специфічної для кожної конкретної дисципліни «формі знання» понятійного апарату з тезаурусними взаємозв'язками. Сукупність цих форм пізнання для кожної конкретної історичної епохи утворює свій рівень «культурного знання», іншими словами названий М. Фуко епістемою. У мовній практиці сучасників вона реалізується як певний код введення розпоряджень і заборон. Ця мовна норма несвідомо зумовлює мовну поведінку, а отже, і мислення індивідів. Дослідник намічає три класи трансформацій дискурсивних практик:

1) Деривація (або внутрішньодискурсивні залежності), які являють собою зміни, котрі виникають шляхом дедукції або імплікації, узагальнення, обмеження, пермутації елементів, включення або виключення понять тощо.

2) Мутації (міждискурсивні залежності): зсув кордонів поля досліджуваних об'єктів, зміна ролі й позиції суб'єкта, котрий говорить, функції мови, установлених форм інформативної соціальної циркуляції тощо;

3) Редистрибуція (перерозподіл, або позадискурсивні залежності): перекидання ієрархічного порядку, зміна керівних ролей, зсув функцій дискурсу [4, с. 82].

О. Семенець пише, що дискурсивний аналіз М. Фуко «спрямований на вивчення історичного, подієвого, культурного тла – "світу дискурсу" – і мусить відповісти на питання, чому за певних історичних умов і обставин виникає саме таке висловлення і ніяке інше на його місці [15, с. 209]. Фактично М. Фуко звів діяльність людей до мовленнєвих дискурсивних практик, тобто засобів мовлення про щось, що містить оцінність і має ієрархію. «Дискурсивні практики –

особливий вид соціальних практик, основним способом реалізації яких виступає текст» [5, с. 32], це поняття може бути «застосоване до фрагменту дискурсу будь-якого обсягу: від репліки в діалозі до наративу. Важливо, що в цих фрагментах створюється один і той же тип відносин між учасниками дискурсу, оскільки учасники комунікації "грають" за загальними правилами створення та інтерпретації дискурсу» [2, с. 9]. Важливо, що смислова єдність у межах дискурсивної практики визначається усталеним, загальноприйнятим способом інтерпретації дійсності. Таким чином, той чи інший дискурс формує свою ідеологію, свої способи світобачення, світоспоглядання, світосприймання і, як наслідок, формує ментальний образ дійсності.

На думку О. Іссерс, «дискурсивна практика – це динамічна організація тих комунікативних систем усередині соціуму, яка, з одного боку, виражає характерну для даної спільноти мовленнєву поведінку й мислення, а з іншого – формує нові форми комунікації в даній соціокультурній реальності»[3, с. 58]. Дослідниця, вдаючись до автокоментаря цієї дефініції, наголошує, що дискурсивні практики постійно змінюються, однак містять певну засадничу структуру, яка об'єднує різні елементи в певну спільноту; на формування й розвиток практик суттєво впливають певні умови комунікації індивіда й соціуму, що дають імпульс певній мовленнєвій поведінці. О. Іссерс наголошує на колективному характері практик, що визначає «норми й обмеження індивідуального наукового й літературного досвіду» [3, с. 43], на зміні маргінального й центрального, а також виділяє такі їх ознаки, як-от: нові комунікативні канали чи носії інформації, зміна установки, модальності, інтеркодовість (сукупність одиниць різних семіотичних систем, представлених у певному типі дискурсу) [3, с. 50-52]. Крім того, вона спеціально робить акцент на реальності дискурсивних практик, адже вони дійсно існують і помічаються людьми, а не є лише «теоретичною вигадкою», на схильності членів соціуму поводитися схоже в дискурсивній практиці у широкому діапазоні ситуацій, на тому, що підставою для формування особливих «способів говоріння» є дискурсивні домінанти – «лінгвокогнітивні механізми, що перетворюють множинність немовленнєвих стимулів у множинність мовленнєвих реакцій» [3, с. 54], як і на тому, що

дискурсивні практики є більш узагальненою характеристикою мовлення порівняно із стратегією чи жанром [3, с. 55]. У її працях також ідеться, що дискурсивні практики у своєрідний спосіб вибудовують соціальну реальність і мовленнєву поведінку індивіда: сама реальність штовхає учасників комунікації до мовленнєвої активності у той чи інший спосіб. Вивчати ж їх рекомендовано за формулою «унікальність vs універсальність», тобто конкретна мовленнєва поведінка в контексті певних домінант і водночас як носій, утілення цих самих домінант [див. 3].

Отже, дискурсивна практика – це, по-перше, частина соціальної практики, у процесі якої відбувається процес перетворення життя й суспільства; по-друге, сукупність прийомів продукування, сприйняття та інтерпретації текстів у певній соціальній сфері (у зв'язку з цим дедалі популярниішим стає аналіз метафоричних моделей, синтаксичних конструкцій, евфемізація і деевфемізація тощо); по-третє, «спосіб мовлення» в певній соціальній галузі або в певному соціальному інституті, який відображає життєвий досвід і знання учасників комунікації. Аналіз дискурсивної практики зазвичай концентрується на тому, як при створенні текстів їх автори використовують уже наявні дискурси і жанри, а також на тому, як одержувачі текстів застосовують свою комунікативну компетенцію при сприйнятті та інтерпретації текстів. Інакше кажучи, дискурсивна практика – це схильність членів соціуму поводитися тотожно (в мовному аспекті) у якомога ширшому діапазоні ситуацій.

Література:

1. Засурский Я. Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. – Серия Журналистика. – 2005. – № 2.– С. 3-7.
2. Ипатова Н. А. Дискурсивные практики в формировании профессиональных сообществ : автореф. дисс…. канд. социол. наук по специальности «22.00.06 – Социология культуры, духовной жизни» / Наталья Александровна Ипатова. – Санкт-Петербург, 2009. – 35 с.

3. Иссерс О. С. Дискурсивная практика: к определению понятия / О. С. Иссерс // Современная речевая коммуникация: новые дискурсивные практики: монография. – Омск : Изд-во Омского государственного университета, 2011. – С. 37–61.
4. Постмодернизм. Словарь терминов. – М.: ИНИОН РАН (отдел литературоведения) – INTRADA. Ильин И. П.. 2001. – 382 с.
5. Семенець О. Дискурсивні практики соціальних комунікацій: творчість суб'єкта мовлення та механізми самоорганізації [Електронний ресурс] / О. Семенець. – Режим доступу: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/106190/1/Semenec.PDF
6. Тюпа В. Художественный дискурс (Введение в теорию литературы). – Тверь, 2002. – 80 с.
7. Фуко М. Археология знания: Пер. с фр. / М. Фуко / Общ. ред. Бр. Левченко. – К. : Ника-Центр, 1996. – 208 с.
8. Шилихина К. М. Ирония как способ повышения авторитетности / К. М. Шилихина // Авторитетность и коммуникация (коллективная монография), Серия «Аспекты языка и коммуникации». Вып. 4. – Воронеж : Воронежский гос. ун-т; Издательский дом Алейниковых, 2008. – С. 184–194.

Гулмира Эрдонова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИИ ЛАССУЭЛЛА

Аннотация: *Социальная коммуникация является важным механизмом культуры. Именно этим обуславливается широкий интерес социологов к этому явлению. В социологии сформировался ряд подходов к определению социальной коммуникации.*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, передача информации, идей, эмоций посредством знаков, Г.Лассуэл. модель коммуникации*

Анотація: *Соціальнакомунікація є важливим механізмом культури. Саме цим обумовлюється широкий інтерес соціологів до цього явища. У соціології сформувався ряд підходів до визначення соціальної комунікації.*

Ключові слова: *комунікація, соціальноїкомунікація, передача інформації, ідей, емоцій за допомогоюзнаків, Г. Лассуел. модель комунікації*

Abstract: *Social communication is an important mechanism of culture. This is the reason for the wide interest of sociologists in this phenomenon. In sociology, a number of approaches to the definition of social communication were formed.*

Key words: *communication, social communication, communication of information, ideas, emotions through signs, G. Lassuel. communication model*

Социальная коммуникация является важным механизмом культуры. Именно этим обуславливается широкий интерес социологов к этому явлению.

В социологии сформировался ряд подходов к определению социальной коммуникации:

1)передача информации, идей, эмоций посредством знаков, символов;

2) процесс, который связывает отдельные части социальных систем друг с другом;

3)механизм, посредством которого реализуется власть (власть как попытка определить поведение другого человека).

Значительный вклад в теоретические разработки социальной коммуникации внес Г.Лассуэл.

Он разработал модель коммуникации, в которой выделил пять элементов:

1)кто – коммуникатор (тот, кто передает и формирует сообщение);

2)что – сообщение;

3)как – способ передачи сообщения, канал;

4)кому – аудитория, которой адресуется сообщение;

5)зачем – с каким эффектом, эффективность.

Другим элементом модели Лассуэла была система эффектов, вызываемых влиянием социальных коммуникаций на человека, которые можно также охарактеризовать как функции:

1)поведенческий эффект;

2) оценочные (аксиологические) эффекты;

3) эмоциональный эффект – влияние на страсти человека;

4) познавательный (когнитивный) эффект.

Еще одним направлением социологических разработок социальной коммуникации как явления стало выделение ее видов. Были выработаны различные основания классификации, каждое из которых отражает ту или иную характеристику этого социального явления.

По характеру аудитории:

1)межличностная (индивидуализированная);

2)специализированная (групповая);

3)массовая.

По источнику сообщения:

1)официальная (формальная);

2)неформальная.

По каналу передачи:

1) вербальная;

2) невербальная.

Одним из важнейших элементов социальной коммуникации является социальный стереотип.

Социальный стереотип– это упрощенный образ социальных объектов или событий, обладающий значительной устойчивостью. Устойчивость стереотипов может быть связана с воспроизведением традиционных способов восприятия и мышления. В свою очередь такие способы восприятия и мышления могут воспроизводить доминирование одних социальных групп над другими.

Существование стереотипов может быть частью формирующегося «образа врага». В этом случае они могут навязываться искусственно.

Любые социальные стереотипы имеют как положительные, так и отрицательные характеристики. К положительному значению можно отнести помощь при ориентировании в обстоятельствах, не требующих аналитического мышления. Отрицательный момент социального стереотипа связан с возможным возникновением неприязни, вражды между национальными группами, а также с тем, что они подменяют анализ информации воспроизведением стандартов поведения и оценки.

Массовая коммуникация оказывает сильное влияние на общественное мнение. Общественное мнение – это оценочные суждения групп людей относительно проблем и событий действительности.

Существование общественного мнения подразумевает наличие проблемной ситуации, относительно которой возможна дискуссия, и коллективного субъекта, способного осознать собственные интересы и дискутировать относительно их реализации. Общественное мнение выступает в экспрессивной (т.е. связанной с выражением эмоций), контрольной и директивной функциях.

Необходимо учитывать, что процесс социальной коммуникации не всегда осуществляется должным образом.

Этому могут препятствовать так называемые «информационные барьеры».

Информационные барьеры– это препятствия, возникающие в ходе передачи и восприятия сообщений.

Можно выделить следующие основные виды информационных барьеров:

1) технические;

2) психофизиологические, связанные со способностями человека концентрировать внимание, способностью скорописи;

3) знаковые и смысловые, подразумевающие способность распознавать знаки, знать слова и термины специальных языков; умение восстанавливать смысл знака в определенном контексте;

4) ситуационные, возникающие в случае неактуальности сообщения для человека в данной ситуации.

Самым ярким и распространенным примером неформальной социальной коммуникации выступает слух.

Слух– это сведения, достоверность которых не установлена и которые передаются от человека к человеку посредством устной речи.

Возникновение слухов всегда обусловлено рядом объективных и субъективных обстоятельств, которые можно охарактеризовать как факторы распространения слухов. К ним можно отнести:

1)проблемную ситуацию, создающую информационную потребность;

2)неудовлетворительность или отсутствие информации; информационную неопределенность;

3)уровень тревожности индивидов.

В зависимости от сложившихся условий слухи оказывают на сознание людей большее или меньшее влияние, однако отрицать его вообще нельзя, потому что оно всегда существует. Оказываемое влияние может проявляться в различных видах и на различных уровнях:

1) индивидуальный уровень:

а) адаптация к среде;

б) дезинтеграция индивида;

2) групповой уровень:

а)сплочение;

б) разобщение;

3) массовый уровень:

а) изменения общественного мнения и коллективного поведения.

Неоднозначность результатов воздействия слухов делает их практически неуправляемыми. Профилактика слухов может быть сведена к распространению своевременной обширной и убедительной информации.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц- М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М.. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе– М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Анастасія Стельмах
Національний університет «Одеська юридична академія»
Одеса, Україна

ВИЯВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ РЕКЛАМИ ЧОЛОВІЧИХ ТОВАРІВ НА ВІТЧИЗНЯНУ ЧОЛОВІЧУ ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ

У роботі на основі опитування зроблена спроба виявити особливості психологічного впливу реклами на вітчизняну чоловічу цільову аудиторію на прикладі рекламних повідомлень для неї.

Ключові слова: *реклама, рекламна комунікація, особливості психологічного впливу реклами.*

В работе на основе опроса сделана попытка выявить особенности психологического влияния рекламы на отечественную мужскую целевую аудиторию на примере рекламных сообщений для нее.

Ключевые слова: *реклама, рекламная коммуникация, особенности психологического влияния рекламы.*

In the article based on the poll there is undertaken an attempt to find out the peculiarities of psychological influence of advertising on on the national man audience using the example of advertising messages.

Keywords: *advertising, advertising communication, features of psychological influence of advertising.*

Сьогодні реклама презентується не лише у вигляді маркетингового повідомлення, вона трансформується у художньо-образну подачу переваг і особливостей товарів та послуг, де використовується технологія міфодизайну, за допомогою якої можна надати товарам символічних властивостей, створити певний образ, задіяти асоціації.

Кожна продукція чи послуга пропонується певній аудиторії, наприклад чоловікам або жінкам, проте і вони стають символами-персонажами, що втілюють індивідуальний образ у рекламі. Виникає проблема дослідження символічних жіночих та чоловічих образів, які зображуються на візуальних об’єктах рекламоносіїв.

Мета нашої роботи полягає у виявленні засобів психологічного впливу реклами на споживача та у дослідженні особливостей цього впливу на вітчизняну чоловічу цільову аудиторію.

Загальновідомо, що сприйняття і переробка рекламної інформації здійснюються під впливом трьох чинників: когнітивного, емоційного і поведінкового. У рекламній комунікації використовується цілий ряд різних методів і прийомів, які впливають на різні психічні структури людини: гіпноз, навіювання, зараження, наслідування, стереотип та інші. Вважається, що існує більше десяти моделей та механізмів психологічного впливу.

Реклама закріплює у свідомості споживачів образи й соціальні ролі та закликає їх дотримуватись. Як свідчить аналіз джерел за темою роботи [див., наприклад, роботи 1-5], головними образами є: «кар'єрист», «супермен», «звабник», «батько або надійний господар», «гарний товариш, прихильник дружніх чоловічих компаній», «чоловік герой, чоловік-українець», «спортсмен».

Для вивчення ставлення чоловіків до друкованої реклами чоловічих товарів було проведене опитування (інструмент - анкетування через мережу інтернет). Цільова група: чоловіки Одеси віком від 18 до 30 років. Загальна кількість опитаних – близько 100 осіб. Метою анкетування було визначити, які образи та стереотипи у рекламі впливають на вітчизняну чоловічу цільову аудиторію, сприяють вибору товарів, на прикладі друкованої реклами різних груп товарів.

В анкеті було зазначено сім різних реклам чоловічих товарів, що відповідали певному образу: реклама «Old Spice»- образ «звабника», «Clear vita abe» - образ «спортсмена», «Gillette Fushion Proglide» - образ «супермена, супергероя», «Dolce&Gabbana» - образ «батька або надійного господаря», «Maurice Lacrois» - образ «кар'єриста», «Axe Effect» - образ «жінки-спокусниці» у рекламі для чоловіків, «Staropramen» - образ «гарного товариша, прихильника дружніх чоловічих компаній».

За результатами нашого дослідження можемо стверджувати, що найбільше впливає на чоловічу цільову аудиторію і найближчим для неї є образ «батька або надійного господаря» - таку рекламу вибрала

четверта частина усіх опитуваних. (24%). Образ «кар'єриста» цікавить кожного п'ятого респондента опитування (21%). Цікавим виявився наступний результат: 17% чоловічої аудиторії вважають найбільш дієвим рекламне послання , у якому використовується для рекламування чоловічих товарів образ «жінки-спокусниці». Менш привабливими у рекламі проявилися саме так звані чоловічі сфери - образ «спортсмена» та образ «супермена, супергероя», їх вибрав лише кожен десятий опитуваний (11% та 10% відповідно). Образи «звабника» та «гарного товариша, прихильника дружніх чоловічих компаній» зацікавили менше - 9% та 8% відповідно.

Отже, особливостями психологічного впливу реклами на вітчизняну чоловічу цільову аудиторію можемо вважати стереотипізацію образів, вподобань, особливості регіонального та національного смаку, віку. Реклама закріплює у свідомості споживачів образи й соціальні ролі та закликає їх дотримуватись.

Література

1. Андрушко Л. Гендерні стереотипи в Українській рекламі [Текст] / Л. Андрушко // ВІСНИК Львівської національної академії мистецтва. –Львів: ВІСНИК, 2010. – №23. – С. 397-406.
2. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. – М.: ИнфраМ, 2006.
3. Обритько Б. Реклама і рекламна діяльність / Обритько Б. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
4. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Є.Д. Скулиш,О.Д. Бойко, В.В. Остроухов]; за заг. ред. Є.Д. Скулиша. – 2-ге вид. – К.:ЗАТ "ВІПОЛ", 2011. – 248 с.
5. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга / Ромат Е.В. – К.: Студцентр, 2007. – 232 с.

Ольга Конокиенко
Одесский национальный политехнический университет,
Одесса, Украина

МИФОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ УКРАИНСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ)

Рассматривается специфика использования мифологических мотивов в коммерческой коммуникации и скрытые цели их использования, к чему именно они могут побудить. На примерах рекламы на украинском ТВ проанализированы особенности воздействия на массовое сознание путём использования мифообразов в рекламной деятельности.

Ключевые слова: *рекламная деятельность, мифологическая реклама, манипуляция, массовое сознание, миф, архетип, мифологема.*

Розглядається специфіка використання міфологічних мотивів в комерційній комунікації і приховані цілі їх використання, до чого саме вони можуть спонукати. На прикладах реклами на українському ТБ проаналізовані особливості впливу на масову свідомість шляхом використання міфообразів в рекламній діяльності.

Ключові слова: *рекламна діяльність, міфологічна реклама, маніпуляція, масова свідомість, міф, архетип, міфологема.*

The specifics of the use of mythological motives in commercial communication and the hidden goals of their use are examined, to which they can induce. On examples of advertising on Ukrainian TV, an analysis of the impact on the mass consciousness through the use of myths in advertising.

Key words: *advertising activity, mythological advertising, manipulation, mass consciousness, myth, archetype, mythologeme.*

Проблемы воздействия на массовое сознание с помощью различных коммуникативных приёмов всегда были предметом исследования ученых, не теряют они свою актуальность и в наше время. Весомые научные работы относительно использования мифообразов как средства воздействия на массовое сознание были сделаны такими исследователями, как: К.Г. Юнг, И.Л. Викентьевой, Г. Г. Почепцовым, Дж. Кэмпбэллом, Э. М. Мелетинским, Армандом

Дейяном, А. Ф. Лосевым, М. Элиаде и др. Из последних публикаций по данной теме следует отметить работы Л. М. Хавкиной, С. П. Мельника.

Миф и реклама – два феномена культуры, обозначающие, казалось бы, противоположные ее полюсы и в теоретическом, и в историческом плане. Миф в обыденном сознании связан с чем-то давно минувшим, надвременным и несуществующим. Реклама же, напротив, вещь вполне реальная, современная и переходящая. Что же связывает эти два, казалось бы, несвязанных понятия?

Связь между ними очень тесная и прочная. Мифологическая составляющая мышления у нас не менялась на всей протяжении нашего существования, то этим умело пользуются специалисты в области рекламы. Они используют эти особенности нашего мышления для создания эффективной рекламы, такой, которая не останется не замеченной нашим подсознанием.

Реклама – платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитация в пользу какого-то товара или услуга [1; 27]. Основной задачей рекламы является трансформация характеристик товара в потребительскую потребность. Составляющими элементами рекламной коммуникации являются: коммуникатор (отправитель рекламного обращения), сообщение, канал передачи сообщения (маршрут сообщения и средство его передачи), целевая аудитория (получатель сообщения, объект воздействия в рекламной коммуникации) [5;39]. При этом особое место в создании современной рекламе занимает использование мифологических образов, которые непосредственно влияют на подсознательные механизмы. Мифологическая реклама переводит процесс передачи сообщения в абстрактные понятия и выражает общее через конкретные образы, знакомые нам с детства, простые, стереотипизированные.

Мифологическая реклама (для эффективности воздействия) опирается на следующие коммуникационные принципы мифа: слияние реального и идеального; константность образов; опора на бессознательное; связь с ритуалом; синкретизм восприятия, когда явление не подчиняется законам формальной логики, например, одно явление может принадлежать двум реальностям; императивность

мысли, т.е. миф побуждает к какому-то действию, самим фактом своего существования в сознании он управляет нашим поведением. [2;187].

Рекламные символы нередко апеллируют к архетипам (изначальным врожденным образам, лежащим в основе сновидений, мифов, сказок разных народов), а также к использованию мифообразов, которые так или иначе проявленные в любом человеке.

Использование архетипов и мифологем в рекламных обращениях позволяет напрямую влиять на аудиторию. Так как эти структуры находятся на бессознательном уровне, целевая аудитория просто не может им противостоять.

Для мифа характерно постоянство его образов, а устойчивое повторение в рекламе одних и тех же идей и сюжетов призвано внушить человеку уверенность в том, что в сегодняшнем изменчивом мире есть нечто стабильное, абсолютное [3;86]. Реклама обращается к ценностям, разделяемым большинством. Ею широко эксплуатируются чувство любви, надежды, силы, традиции, самосохранения, стремления к домашнему очагу и т.п.

Проанализируем, к примеру, рекламные ролики посвященные страховым компаниям, они зачастую используют в центре своего сюжета счастливую семью как символ счастья и благополучия, которую покупатель приобретёт вместе со страховым полюсом. Например, реклама страховой компании «ОРАНТА» изображает счастливую семью, которая беззаботно проводит свой досуг в собственном уютном доме, ведь о безопасности семьи заботиться страховая компания. Архетип Счастливого семейства воплощен в изображении классической образцовой семьи, страховая компания выступает как Хранитель этого семейного очага и уюта. Подсознательные механизмы срабатываю (ведь практически каждый человек мечтает о большой и счастливой семье) и потребитель сам того не понимая прислушивается к этой рекламе, у него возникает интерес. Этот интерес относится к созданию и сохранению идеала семьи через приобретение страховки.

Различные рекламные ролики детских подгузников используют практически одинаковый сюжет в разных интерпретациях. В центре внимания представлен данный товар как Герой (Спаситель), который всегда освобождает родителей и их детей от неудобств и мучений. Именно «благодаря» использования всего лишь данного товара ребёнок становится более счастливым и послушным. А о большем

никакой любящий родитель и не мечтает. Рекламный ролик компании «HUGGIES» в своём сюжете демонстрирует две противоположные ситуации: ребёнок и товар данной категории, но другой фирмы (изображаются мучения и беспокойство), ребёнок и товар рекламируемой фирмы (счастливый ребенок и его здоровый сон на протяжении всей ночи). В этом рекламном обращении как бы невзначай задан вопрос: «А что выберете Вы: здоровый или беспокойный сон Вашего ребенка?». Негативному архетипу Тень (товар другой фирмы) противопоставляется образ Героя (рекламируемый товар), именно он способен оградить от всех бед. Используется также образ Золотого ребёнка. Комплекс использованных в данной рекламе мифообразов на подсознательном уровне овладевает мыслями и побуждает к действию, то есть к приобретению такого счастья для себя и для ребёнка.

Главной особенностью рекламных роликов современных гаджетов является акцент на статус, который покупатель приобретает вместе с товаром. Марки рекламируемых товаров обычно очень дорогие, популярные и статусные. Реклама сматрфона «Samsung Galaxy» демонстрируя качества товара сопоставляет их с качествами потенциального покупателя. Ведь лишь избранные (Персона), успешные (Первочеловек) люди могут позволить себе такую роскошь, как приобщение к этому высшему обществу обладателей рекламируемого товара (Мистическое участие). Принцип подобной рекламы базируется на том, что каждый из нас считает себя избранным, особенным и достойным, представляет себя на месте этого эталона, покупка данного гаджета лишь в очередной раз это подчеркнет.

Рекламные ролики относительно различных заправок используют тот факт, что водители устали от проблем, связанных с низкокачественным топливом. В своей основе они разными способами описывают приятнейшие чувства от езды, которые покупатель может почувствовать, если бак его машины залит топливом именно рекламируемой марки. Реклама заправки «Okko» («Люблю коли вона заводиться») также использует в своей основе эротические мотивы для более эффективного воздействия. Единственно правильный выбор (Мудрец), непревзойдённость в умении управлять автомобилем (Герой) и неописуемые чувства свободы при управлении «послушным» автомобилем (мужское наслаждение – Анима), – это всё подарит

правильно подобранное топливо. Тяжело устоять перед такими соблазнами, хотя это всё покупатель лишь себе представляет, а как оно будет на самом деле, рекламодателей уже не интересует, это уже задача производителей.

Самыми популярными мифологема, которые используются в рекламных сообщениях являются: Персона, Первочеловек (Правитель), Герой (Спаситель), Мудрец, Ребёнок (Золотой ребёнок, Чудесное дитя), Хранитель, Змееборство, Искатель, Золотой век (Рай), Святая семья (Счастливая семья), Добровольная жертва и др. [4;57].

Практически любое рекламное сообщение использует мифологемы, и можно научиться их выделять. Сознательно и подсознательно мы интерпретируем ситуацию с точки зрения нашего собственного величия [2;7]. Ведь и правда, каждый из нас видит себя в роли высшего существа, а следовательно именно это определяет столь важное место мифов, а именно героических, в области коммерческой коммуникации.

Вся наша культура состоит из разных образов; автор рекламного сообщения может их умышлено использовать и добиться большей или меньшей эффективности рекламного обращения, это будет зависеть от уместности конкретной мифологемы и архетипа в рекламе определённого продукта и насколько удачно она будет обыграна. Ведь знание и умелое использование древнейших мифологических мотивов и образов занимает ключевое место в рекламном бизнесе.

Литература

1. Дейян Арманд. Реклама [Текст] / А. Дейян; пер. с фр. В. Мазо. – М. : Универс, 1993. – 176с.
2. Кафтанджиев Х. Герои и красавицы в рекламе [Текст] / Х. Кафтанджиев. – СПб.: Питер, 2008. – 223с.
3. Лосев А. Ф. Диалектика мифа [Текст] / А. Ф. Лосев // Философия. Мифология. Культура. – 1991. – С. 21-186.
4. Мельник С.П. Особливості маніпулятивного аспекту міфологічної комунікації [Текст] / С. Мельник // Аркадия. – 2014. – №4(41). – С. 55-59.
5. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Поцепцов – Киев: Ваклер , 2006. – 656с.

Интизор Норова
Академический лицей Бухарского инженерно-технологического института
Бухара, Узбекистан

ИНФОРМАЦИОННЫЕ БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация:*Это препятствия, возникающие в ходе передачи и восприятия сообщений. Возможные информационные барьеры бывает – технические, психофизиологические, знаковый и смысловой. умение восстанавливать, ситуационный.*

Ключевые слова: *коммуникация, социальной коммуникация, информационные барьеры бывает – технические, психофизиологические, знаковый и смысловой. умение восстанавливать, ситуационный, слухи, факторы распространения. результаты воздействия*

Анотація: *Це перешкоди, що виникають в ході передачі і сприйняття повідомлень. Можливі інформаційні бар'єри буває - технічні, психофізіологічні, знаковий і смисловий. вміння відновлювати, ситуаційний.*

Ключові слова: *комунікація, соціальної комунікація, інформаційні бар'єри буває - технічні, психофізіологічні, знаковий і смисловий. вміння відновлювати, ситуаційний, чутки, фактори поширення. результати впливу*

Abstract: *These are the obstacles that arise during the transmission and perception of messages. Possible information barriers are - technical, psychophysiological, sign and semantic. ability to restore, situational.*

Key words: *communication, social communication, information barriers are - technical, psychophysiological, sign and semantic. ability to restore, situational, rumors, factors of distribution. effects*

Это препятствия, возникающие в ходе передачи и восприятия сообщений. Возможные информационные барьеры:

- Технические;

- психофизиологические (связаны со способностями человека концентрировать внимание, способностью скорописи);
- знаковый и смысловой (подразумевает способность распознавать знаки, знать слова и термины спец. языков);
- умение восстанавливать (смысл знака в определенном контексте)
- ситуационный (возникает, когда сообщение неактуально для человека в данной ситуации)

Слухи как пример Слухи неформальной коммуникации- сведения, достоверность которых не установлена и которые передаются от человека к человеку посредством устной речи. Слухи различают по содержанию, по информационному наполнению, по потребностям.

- слух-мечта
- слух-пугало
- слух-разделитель

Факторы распространения слухов

- проблемная ситуация, создающая информационную потребность
- неудовлетворительность или отсутствие информации
- информационная неопределенность
- уровень тревожности индивидов

Распространителями и пользователями слухов оказываются высоко статусные группы.

Результаты воздействия слухов (по уровням взаимодействия)

а) индивидуальный уровень

- адаптация к среде
- дезинтеграция индивида

б) групповой уровень

- сплочение
- разобщение

в) массовый уровень

- изменения общественного мнения и коллективного поведения

Неоднозначность результатов воздействия слухов делает их практически неуправляемыми. Профилактика слухов может быть сведена к распространению своевременной обширной и убедительной информации.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З.Адамьянц - М.: ИС РАН, 2005. – 158 С.
2. Дридзе Т.М .. Социальная коммуникация в управлениис обратной связью. Статья / Т.М.Дридзе – М. 1998 г. – 7 с.
3. Яскевич Я.С., доктор философских наук, профессор. Социальная коммуникация как наука и специальность: становление, динамика, статус. Статья / Я.С.Яскевич – Минск, 2016 – 7 с
4. http://sociology2015.ru/
5. http://www.km.ru/referats/334009-sotsialnaya-kommunikatsiya

Юлія Шевченко
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Україна, Одеса

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЕЛЕКТОРАТ (НА ПРИКЛАДІ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ У США 2016 РОКУ)

У статті аналізуються особливості використання соціальних мереж як сучасного методу політичних технологій у ході передвиборчої кампанії, на прикладі президентських виборів у Сполучених Штатах Америки у 2016 році. Надається порівняльних аналіз стратегій обох кандидатів з питань залучення соціальних медіа.

Ключові слова: *соціальні мережі, політичні технології, соціальні медіа, Твітер, Фейсбук, президентські вибори*

В статье анализируются особенности использования социальных сетей как одного из современных методов политических технологий в процессе предвыборной кампании, на примере президентских выборов в Соединенных Штатах Америки в 2016 году. Приводится сравнительный анализ стратегий обоих кандидатов по привлечению социальных медиа.

Ключевые слова: *социальные сети, политические технологии, социальные медиа, Твитер, Фейбук, президентские выборы.*

The article analyses special features of using social networks as one of the methods in modern political technologies during pre-election campaign, based on the example of presidential elections in the United States of America in 2016. A comparative analysis of both candidates' strategies on social media usage is included.

Key words: *social networks, political technologies, social media, Twitter, Facebook, presidential elections.*

Сучасні інтернет-технології стрімко захоплюють зростаючу аудиторію. З огляду на новітні тенденції в сфері політиці, використання соціальних мереж може стати вирішальним чинником у діалозі між політичним діячем та користувачами. Сьогодні політичний, державний або бізнес-актор має вибудовувати свою діяльність відповідно до викликів навколишньої дійсності, вміло формувати і

просувати свій імідж за допомогою наявних сьогодні можливостей актуальних технологій і перш за все інформаційних, відображенням яких і є інтернет-середовище та система його інтерактивних сервісів [1].

Поки в Україні фахівці з політичних технологій лише починають застосовувати соціальні мережі для пропагування державних діячів чи партій, в США їхні колеги вже набули значного досвіду. Зокрема протягом президентських виборів 2012-го року соціальні медіа відіграли принципову роль у залученні потенційних виборців, що певною мірою гарантувало успіх Барака Обами. Президентські вибори 2016 року спровокували ще більші перетворення у використанні інтернет-технологій. На перший план вийшли такі соціальні мережі як Твітер та Фейсбук, тоді як класичні рекламні ролики та друковані медіа відійшли на другий план. Діючий президент США, Дональд Трамп, зазначив, що «соціальні медіа є "великою платформою", яка дозволила йому обійти те, що він характеризував, як несправедливе освітлення в засобах масової інформації, і говорити напряму з виборцями» [4].

Нові підходи у посиленні зв’язку між виборцями та кадидатами використовуються вже не вперше. Кожен президент намагався найбільш ефективно застосувати новітні технології та ЗМІ, щоб обійти конкурентів та залучитися підтримкою народу, стати ближче до звичайних американців.

Президент Франклин Д. Рузвельт виступив зі своїм першим радіо-зверненням у березні 1933 року у момент найбільшого загострення економічної кризи, коли мільйони людей втратили довіру до американських банків та керівництва країни. Рузвельт ставив собі за мету запевнити народ у правильності своїх рішень без залучення журналістів. Під час свого президентства він зробив більше двох десятків таких промов, відомих як «бесіди коло комину» [2].

Президент Дуайт Ейзенхауер робив телевізійні бесіди, провів першу телевізійну прес-конференцію та створив телестудію «Білий дім». Президент Рональд Рейган провів першу прес-конференцію, яка транслювалася в прямому ефірі на мережевому телебаченні. Команда президента Обами використовувала соціальні мережі, випускаючи власні відеоролики високої якості та розміщуючи фотографії на Flickr.

Гіларі Клінтон та Дональд Трам не стали виключенням, адже саме протягом 2012-2016 відбувся найбільший підйом таких

соціальних мереж як Твітер, Фейсбук та Інстаграм, які суттєво відтіснили телебачення та друковані медіа. Згідно з дослідженням центра “Pew Research”, 44% дорослого населення США дізнавалися про вибори 2016-го року з соціальних мереж, навіть не з веб-сайтів кандидатів [6]. Такий рекламний хід виявився вкрай прибутковим, адже навідміну від рекламних постерів чи плакатів, за які потрібно платити, твіт або пост у Фейсбуці – безкоштовний і більш впливовий.

Дослідження New York Times у березні 2016 дійшло висновку, що Дональд Трамп витратив менше на платну рекламу, ніж усі інші кандидати на той період, компенсуючи відрив досить різкими та провокативними постами та твітами [4]. Твіти Трампа мають тенденцію отримувати багато публічності навіть сьогодні. Його сторонникам подобається те, що в таких спосіб, вони мають доступ до нефільтрованої думки політика. Тоді як Трамп більшість твітів та постів пише сам, на сторінках Клінтон працює велика команда фахівців.

Якщо проаналізувати сторінки обох кандидатів у Твітері та Фейсбуці, стає помітним, що протягом усієї передвиборчої кампанії Гіларі Клінтон мала менше підписників в обох мережах, не дивлячись на більшу активність у викладення постів. Цікавим є і те, що певні зміни у кількості прихильників співпадають з основними подіями в країні. Так, наприклад, кількість підписників Клінтон різко зросла після Національного демократичного з’їзду та перших президентських дебатів. Аналогічно підтримка Трампа збільшилася на 100 тисяч після терористичних нападів в Орландо та Далласі та других президентських дебатів [5]. Отже, коливання у підтримці кандидатів у соціальних мережах має пряму залежність від зміни політичних настроїв у країні.

Як у Фейсбуці, так і в Твіттері, аудиторія може реагувати підписками, коментарями, натисненням кнопки «подобається» та репостами / ретвітами. Як зазначають фахівці, важливо залучати аудиторію до цієї активності. За цією категорією Дональ Трам досяг більших успіхів ніж його опонентка. Найсильнішим місцем для Трампа в обох мережах був липень. Гіларі Клінтон досягла найбільшої активності підписників на Фейсбуці у вересні, у Твітері – також в липні [5].

Отже, соціальні мережі дійсно стали одним з найважливіших елементів політичних технологій. Їх використання у період

передвиборчої кампанії може мати вагомий вплив на рішення виборців. Хоча важливість соціальних медіа була вже доведена виборами в США 2012 року, вибори 2016 дозволили фахівцям зробити нові висновки щодо цього питання. Зокрема, коливання у кількості піписників, які збігаються с найосновнішими політичними подіями в країні, дають підставу стверджувати, що соціальні мережі стали дуже тісно пов'язаними з передвиборчими кампаніями та є відзеркаленням настроїв населення. Крім того, поведінка самих кандидатів мала різну специфіку: Трамп використовував свої акаунти у якості платформи для висловлення власних поглядів, тоді як Клінтон бачила в них продовження власної кампанії.

Література

1. Ефимова, И. Н., Маковейчук, А. В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности. – Известия Алтайского государственного университета, 2012, вып. 4. – С. 245-248.
2. Duggan M., Smith A. The Political Environment on Social Media / Pew Research Center, 2016. – [Electronic resource]. – Avaliable at: http://www.pewinternet.org/ 2016/10/25/the-political-environment-on-social-media/
3. Kapko M. How social media is shaping the 2016 presidential election / CIO, 2016. – [Electronic resource]. – Avaliable at: https://www.cio.com/article/ 3125120/social-networking/how-social-media-is-shaping-the-2016-presidential-election.html
4. Keith T. Commander-In-Tweet: Trump's Social Media Use And Presidential Media Avoidance / NPR, 2016. – [Electronic resource]. – Avaliable at: https://www.npr.org/2016/11/18/502306687/commander-in-tweet-trumps-social-media-use-and-presidential-media-avoidance
5. Kmieckowiak T. US Elections Social Media Report: Digging Deep into Data. [Electronic resource]. – Avaliable at: https://www.quintly.com/ blog/2016/11/us-elections-social-media-report
6. Schill D., Hendricks J., The Presidency and Social Media / Routledge, 2017. – 356 p.

Анна Домашина
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК СКЛАДОВА ІМІДЖУ КОМПАНІЇ

Анотація. *У роботі розглянуто фірмовий стиль як частина образу компанії, що необхідна для виділення компанії та її продукції серед різноманіття інших. Це засіб формування іміджу фірми та її корпоративної культури. Наявність фірмового стилю підвищує ефективність реклами. Всі об'єкти, які містять елементи фірмового стилю, вже є самі по собі рекламою.*

Ключові слова: *стиль, компанія, імідж, реклама, продукція.*

Annotation. *The paper considers the corporate style as part of the company's image, which is necessary to distinguish the company and its products among the diversity of others. This is a means of shaping the company's image and its corporate culture. The presence of a corporate style increases the effectiveness of advertising. All objects containing elements of the corporate style are already advertisements themselves.*

Keywords: *style, company, image, products.*

Аннотация. *В работе рассмотренно фирменный стиль как часть образа компании, которая необходима для выделения компании и ее продукции среди многообразия других. Это средство формирования имиджа фирмы и ее корпоративной культуры. Наличие фирменного стиля повышает эффективность рекламы. Все объекты, содержащие элементы фирменного стиля, уже являются сами по себе рекламой.*

Ключевые слова: *стиль, компания, имидж, продукция.*

Розвиток сучасної реклами та просування товарів сьогодні неможливий без такого поняття, як корпоративна ідентифікація, або фірмовий стиль. Під фірмовим стилем розуміється стильова єдність змістовних форм усіх елементів промислової фірми – від середовища до продукції. Він є сукупністю графічних, колірних, стилістичних та композиційних прийомів і елементів, спеціально та комплексно

спроектованих для фірми з метою створення певного зорового образу всього, що пов'язано з підприємством, його діяльністю та продукцією.

Але йдеться не тільки про унікальне графічне оформлення і навіть не про короткочасні рекламні компанії. Фірмовий стиль повинен сприяти створенню у споживача певних стереотипів, завдяки котрим реклама стає більш дохідливою, адресною, а рекламовані послуги або вироби виділялися з безлічі подібних [4;20]. За своєю суттю, фірмовий стиль – це узагальнений образ компанії в громадському сприйнятті [8;30].

Фірмовий стиль покращує можливість запам'ятовувати, сприймати покупцями, партнерами, іншими незалежними спостерігачами не тільки товари фірми, але і всю її діяльність і відрізняти від конкурентних фірм [5;36-39].

Таким чином, це вагома частина образу компанії, що необхідна для виділення компанії та її продукції серед різноманіття інших. Індивідуально розроблені елементи стилю можуть слугувати яскравим показником філософії фірми та її власної корпоративної культури.

Дотримання компанією фірмового стилю позитивно позначається на довірі споживача, тому що вважається, що це показник організованості та порядку як у виробництві, так і в будь-якому іншому напрямі діяльності.

Елементами фірмового стилю є товарний знак, фірмовий шрифтовий надпис (він ще має назву «логотип»), фірмовий блок, фірмове гасло (так званий слоган), фірмові кольори, фірмовий комплект шрифтів, інші фірмові константи: сувенірна реклама, засоби PR, друкована продукція (листівки, буклети тощо), елементи діловодства (фірмові бланки, папки, конверти, фірмові блоки паперу тощо), фірмовий рекламний прапор, пакувальний папір, зображення товарного знака або логотипа на транспортних засобах тощо [6;56]. Складові фірмового стилю поділяються на дві групи: основні та додаткові.

Основні компоненти фірмового стилю:

- фірмовий шрифтовий напис (логотип);
- товарний знак;
- колірна палітра (фірмові кольори)

- фірмовий бланк;
- візитна картка;
- фірмовий бланк;
- конверт;
- фірмовий лозунг (слоган) [1;469].

Додаткові компоненти фірмового стилю:

- рекламний символ фірми (визначений персонаж або образ, закріплений за фірмою, який виражає суть її діяльності);
- папка;
- буклет;
- плакат;
- сувенірна продукція;
- пакування (або пакувальний папір) ;
- інформаційний лист і прайс-лист;
- сайт в мережі INTERNET;
- пакети;
- зовнішня реклама;
- оформлення інтер'єру;
- оформлення автотранспорту.

Тобто, фірмовий стиль додатково включає особливий вигляд приміщень організації, стосується усього, що друкується, а також таких численних дрібничок, як посуд, серветки, значки, тощо[2;171].

Головний елемент стилю – товарний знак є обличчям фірми, її основною відмітною ознакою в рекламі і на продукції. Він використовується як для виокремлення товарів і послуг підприємства, так і для реклами. Його також називають фірмовим знаком (тоді виокремлюється організаційна одиниця), марка, фірмова марка, емблема.

На думку фахівців [6;351], вони не просто свідчать про назву виробника чи продавця, а й повідомляють покупцеві певну важливу інформацію про якість товару (покупці, які завжди купують товар однієї марки, знають, що вони отримують постійно товар однієї якості). Торгові марки привертають увагу покупців і збільшують ефективність пошуку необхідних товарів.

До фірмового стилю належить також сучасний стиль містобудування. В економічно розвинутих країнах будівлі суто функціонального призначення будуються за однаковим стандартом, що виконує роль своєрідної упаковки. Це, ясна річ, зменшує мальовничість пейзажів, зате є запорукою певної якості, гарантією, що такого роду «упаковки» відповідають тому, чого від них очікують. «Запаковані» в однаковий дизайн готелі, ресторани, мотелі та бензозаправки обіцяють стандартне, а отже, якісне обслуговування [3;25].

Оригінальний корпоративний стиль (corporate identity) дозволить сформувати у відвідувача позитивний образ фірми, що сприяє зміцненню іміджу і пізнаванню бренду, а відповідно – збільшенню продажу. Перш ніж приступати до розробки фірмового стилю, необхідно провести візуальний аналіз ринку даного виду послуг. Вивчити фірмові стилі аналогічних компаній, визначити початкові концептуальні точки для стилю даної компанії. Фірмовий стиль повинен формувати імідж фірми, бути певним інформаційним носієм, оскільки його компоненти повинні допомагати споживачеві, знаходити необхідні сервісні послуги, формувати позитивне відношення до того або іншого виду діяльності. Споживачами нового фірмового стилю будуть не тільки клієнти і співробітники компанії, а і люди на вулицях [7;77-82].

Створений логотип не залишиться лише у стінах фірми, він буде використовуватися на плакатах, щитах, у рекламі на транспорті і т.д. Елементи фірмового стилю можуть потрапити у журнали, науково-популярні, а також розважальні засоби масової інформації. Крім повсякденного використання, фірмовий стиль стане у нагоді на виставках і презентаціях. Міцне місце на ринку послуг він може зайняти завдяки новому графічному образу з індивідуальними рисами, несхожими на інші стилі [9;114-116].

Одже, розробка власного фірмового стилю є однією з найважливіших ланок розвитку компанії. Це дійовий засіб формування у споживачів сприятливого образу фірми, що здатний підвищити статус організації серед конкурентів та покращити впізнання бренду серед потенційних клієнтів.

Література

1. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризмі: Навч. посібник / Під загальною ред. З. М. Горбилевой.-Мн.: «Економпресс», 1998.-400 с.
2. Джефкинс Ф. Реклама: Навч. посібник /Пер. з англ, під ред. Б.Л. Ереміна. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 543 с.
3. Земляков І. Основи маркетингу: Навчальний посібник / І. Земляков.- М-во освіти і науки України, Ін-т менеджменту та економіки "Галицька академія". - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 352 с.
4. Крамаренко В. І. Маркетинг: Навчальний посібник / В. Крамаренко, Б. І. - К.: ЦУЛ, 2003. - 257 с.
5. Лук'янець Т. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. / Т. Лук'янець.- Київський національний економічний ун-т. — К. : КНЕУ, 2000. — 377с.
6. Ляшенко Г. Маркетинг: Навч.-метод. посібник / Г.Ляшенко. - Державна податкова адміністрація України; Академія держ. податкової служби України. — Ірпінь, 2003. — 124с.
7. Ілляшенко С.М. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С.М. Ілляшенко (ред.). — Суми : Університетська книга, 2008. — 928с.
8. Ілляшенко С.М. Маркетинг у прикладах і завданнях: Навч. посібник / За ред. С. М. Ілляшенка. - Суми: Університетська книга, 2006. - 399 с.
9. Норіцина Н. Маркетингова політика комунікацій: Курс лекцій / Н. Норіцина. - Міжрегіональна академія управління персоналом (МАУП). — К. : МАУП, 2003. — 120с.

Світлана Мельник, Марія Якубовська
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАРИСІВ О. ГОНЧАРА

У статті йдеться про комунікативно-прагматичний потенціал нарисів О. Гончара, присвячених мистецтву. Проаналізовано найпереконливіші художні засоби, які формують цей потенціал. Доведено, що комунікативно-прагматичний потенціал його текстів базується на активному використанні тропів, які вимагають зусиль пам'яті і мовної компетенції з боку читача. Митець у такий спосіб запрошує до співмислення, мобілізує наявні знання, закликає до гри розуму та впорядкованого комбінування різноманітних смислів, їх відбирання та з'єднання в цілісну картину.

Ключові слова: *комунікація, прагматика, мовна компетенція, троп, образ, нарис.*

Communicative and pragmatic potential of O. Honchar's essays

The article is about communicative and pragmatic potential of O. Honchar's essays devoted to art. The most convincing artistic methods that form this potential are analysed. It is proven that communicative and pragmatic potential of his texts is based on active usage of tropes that require memory efforts and language competences from the reader. In this way the artist invites to second-guessing, mobilises the existing knowledge, calls for the game of thought and well-balanced combination of different senses, their selection and unification into an integral picture.

Key words: *communication, pragmatics, language competence, trope, image, essay.*

В статье идет речь о коммуникативно-прагматическом потенциале очерков О. Гончара, посвященных искусству. Проанализированы самые убедительные художественные средства, которые формируют этот потенциал. Доказано, что коммуникативно-прагматический потенциал его текстов базируется на активном использовании тропов, которые требуют усилий памяти и языковой компетенции со стороны читателя. Художник таким

способом приглашает к домысливанию, мобилизирует имеющиеся знания, призывает к игре ума и упорядоченному комбинированию разнообразных смыслов, их отбиранию и соединению в целостную картину.

Ключевые слова: *коммуникация, прагматика, языковая компетенция, троп, образ, очерк.*

У перенасиченому інформацією просторі публіцистичні твори виконують важливу функцію – вони допомагають читачеві не загубитися у величезних потоках інформаційних повідомлень, сприяють формуванню світоглядних позицій та будують картину дійсності. Звичайно, така функція означає значний вплив публіцистики на свідомість реципієнта. Більш того, саме виклик яскравої реакції та спонукання до дій свідчить про здійснення комунікативної мети автора. Публіцистичний твір є найвпливовішим на громадську думку текстом у системі ЗМК, і таку його властивість науковці в галузі соціальних комунікацій пояснюють синкретичністю публіцистичного тексту як такого, тобто поєднанням наукового, художнього та публіцистичного методів зображення дійсності в межах однієї публікації. Це означає, що такий твір впливає як на емоції читача, так і спонукає до активної розумової діяльності, до співдії. Якість самого впливу залежить від того, як проявляться сам митець у тексті, тому що кожен публіцист може виступати як людина соціальна, так і людина приватна. Це пов’язано, зокрема, з дійсністю, котру відображає у творі публіцист, з інтересами аудиторії, тобто автор у публіцистичному тексті може звертатися до читача з різних позицій, щоб поінформувати більш повно, зацікавити його, змусити замислитися над певними ситуаціями. Саме в такий спосіб звертається у своїх публіцистичних творах Олесь Гончар-класик публіцистичної творчості до своїх читачів, оскільки проблеми, які він свого часу порушував, стосувалися проблем окремих індивідів та суспільства в цілому, однак не втратили актуальності й зараз.

Слішно зауважив Р. Гром’як: «Інтуїтивне осяяння, безпосереднє “вживання” у твір і витлумачення кожного його елемента, структурних зв’язків, установлення їх естетичних функцій, відтворення найглибшої художньої семантики, її сенсу – то два крайні полюси інтерпретаційних процедур. Інтерпретація-вживання, інтерпретація-ідентифікація,

інтерпретація-диспут, інтерпретація-полеміка, інтерпретація-переосмислення – це сходинки, механізми наближення реципієнта до автора через його твір. Вони пояснюють закономірність різних поглядів критиків на один і той же твір; природність журнального багатоголосся; коректність чи некоректність публічних дискусій, літературно-критичної полеміки, її морально-етичної зорієнтованості»[7, 17-18].

Дослідниця впливовості в публіцистичному тексті Т. Мєлкумова також слушно наголошує: «Прагматично потужні публіцистичні тексти реалізують різноманітні комунікативно-прагматичні функції, що є засобами впливу на поведінку та свідомість людей у процесі спілкування. Комунікативно-прагматичні функції публіцистичного мовлення поділяються на функції повідомлювальної та переконувальної настанови. Повідомлювальними функціями є актуалізаційна (нагадування), власне репрезентативна (повідомлення), експозитивна (підстави та аргументи повідомлень), корегувальна, посилювальна (сенсибілізуюча), стверджувальна та ін.»[8].

Олесь Гончар – видатний український письменник, політичний та громадський діяч, епічні та публіцистичні твори якого ввійшли до скарбниці національної культури. Проте митця досі знають передусім як прозаїка: його публіцистика, котра окреслює сферу громадської та політичної діяльності, все ще недостатньо проаналізована саме з комунікативно-прагматичних аспектів. Здавалося б, авторитет майстра художнього слова перекривав іншу, не менш вагому, сторінку його творчої біографії. Однак причиною цього в радянські часи був неординарний і неортодоксальний характер самої публіцистики письменника. Наділена глибоким політичним підтекстом, явно дисонуючи з тодішніми ідеологічними настановами, вона в жорстких умовах тоталітарної системи неодмінно привела б її дослідника до конфлікту з чинною на той час владою. У роки незалежності спроби окремих науковців і письменників зробити з Олеся Гончара апологета радянської моделі суспільства також не сприяли вивченню цієї частини духовного спадку митця. І це все тому, що більшість його нарисів присвячені митцю й мистецтву, котрі належать до позачасових категорій. Пригадаймо вислів: «Життя коротке, а мистецтво – вічне», котрий можна перефразувати таким чином: ідеології змінюються, а

мистецтво, якщо воно справжнє, залишається, відтак навіть окремі спроби перекреслити літературно-критичну спадщину митця, навіть якщо вона подекуди ідеологічно заангажована, марні. Це ми доведемо в цій статті, зосередившись на комунікативно-прагматичному потенціалі його нарисів про митців і мистецтво.

Отже, в полі зору митця не тільки література та її діячі, а й призначення їх творчості, питання освіти, виховання, мистецтва, проблема національної свідомості, проблеми мови, художнього перекладу.

Загальновідомо, що до «переконувальних функцій належать апелятивна (функція привернення уваги реципієнта), волюнтативна (директивна), експресивна, комісивна (обіцянка), оцінна. При переконанні мовець аргументовано впливає на слухача, намагається змінити його ментальний стан, змусити погодитися з певною думкою, пристати на ту чи ту позицію. Повідомлення має помірнішу прагматичну впливовість. Проте й власне фактуальна інформація здатна змінити погляди, вартісні орієнтири, змоделювати свідомісні стереотипи світобачення. Прагматична сила мовлення підвищується при використанні стилістичних мовних засобів, зокрема синтаксичних»[8].

Нариси Олеся Гончара є такими, що можна назвати прагматично потужними публіцистичними текстами, тобто поліфункційними, увиразнененими стилістичними мовними засобами, здатними різнобічно впливати на реципієнтів − актуалізуючи чи повідомляючи нову інформацію й переконуючи адресатів у правильності тих чи тих авторських світоглядних позицій.

Використання риторичних і синтаксичних фігур – найулюбленіші прийоми Гончара-публіциста. Наприклад, на протиставленні та паралелізмі побудований такий мовленнєвий уривок: «Можна уявити, з якою любов’ю й надією слухав колись у Чернігові Коцюбинський юного Тичину, його ранні поезії. Був то тільки поетичний заспів, схвильована проба голосу, але скільки в тому голосі було свіжості й природного чару! Яке глибоке чулося почуття, трепетний неспокій і поривання! Смертельно хворий учитель, благословляючи юного поета, мовби передав йому естафету творчості, сонячної і гуманної. І хіба не справдились ці великі сподівання, з якими

проводжав Коцюбинський чернігівського юнака в далеку й нелегку творчу дорогу!» [2, 484]. Наведена надфразна єдність є поліфункційною. Виконання висловлюванням провідних прагматичних завдань «нагадування» (літературні суботи в Чернігові) та «констатація нової інформації» (на цих читаннях Тичина відкрився майстру слова Коцюбинському) уможливлюється й використанням кількох виражальних засобів − паралелізму (старе покоління поетів – нове покоління поетів), риторичного питання («Хіба не справдились ці великі сподівання…?»), антитези (юний поет – смертельно хворий учитель), інтерпеляції (Можна уявити) тощо.

Комунікативно-прагматичний вплив публіцистичного мовлення в творах О. Гончара можна продемонструвати і за допомогою взаємодії таких фігур:

1) *тмезиса* (вставки задля характеристики, оцінки та виразу емоцій) й антитези: «Розповідають, що бачили його і різким, колючим, навіть грубим на слово (і це, напевне, так, адже таким буває він і в своїх творах), мені ж все випадало бачити його в розливі доброти, яку він мовби випромінював на співрозмовника. Для мене Остап Вишня – це насамперед виняткова душевна делікатність, чулість, ласкавість[6, 492];

2) *анафори, ампліфікації (повторів) та паралелізму*. Ось уривок з нарису «Привіт Грузії!», повністю побудованого на паралелізмі Україна – Грузія: «Як не згадати сьогодні Тараса Шевченка і його поему «Кавказ» – цей геніальний твір, якому нема рівних у світовій літературі по силі пристрасті… Як не згадати сьогодні тих грузинських студентів, котрі, навчаючись до революції в Київському університеті, мужньо боролись в лавах…молоді про ти царського самодержавства… Як не згадати, зрештою, про те, як для Давіда Гурамішвілі Україна стала другою батьківщиною, так і для нашої багатостраждальної Лесі Грузія була тією останньою гаванню, де улюблена дочка України знайшла затишок і склала могутні крила»[3, 503];

3) *антипофори* (запитання та відповідь) і градації: «Напевне, кожен із нас, беручись за нову роботу, задумується: що спонукає мене до цього? Кому адресується моє слово? І яким має бути моє слово, мій твір, аби став він близький читачеві, аби виснажлива праця не виявилиася марною? І, нарешті, в чому полягає місія і призначення

письменницького слова, чи не послаблюється його сила в цьому «прекрасному лютому світі», де панують нові могутні вили енергій, духовинй і матеріальних? Життя сучасної людини складне, і чим далі, тим більше воно ускладнюється, інтелектуально-емоційний світ нашого сучасника, особливо молодого, набуває нових, найтонших, часом химерних відтінків» [4, 509].

4) «Тичина – непримиренець до будь-якого штампу й шаблону. Тичина – це й шукання й шукання, праця й вимогливість, і нарешті, вміння з безлічі напливаючих образів, відбірати найсвіжіший, наймісткіший, у якому читача вразить і новизна форми, в глибокий поетичний синтез дійсності – і це справді так»[4, 486] − *анафори, ампліфікації, епіфонеми* (авторського пояснення до сказаного вище).

Аналіз нарисів Олеся Гончара засвідчив, що вони стилістично довершені та цікаві. І насамперед це пояснюється тим, що він уміє й наочно продемонструвати та обґрунтувати свою позицію, і словесно майстерно її висловити. «Я» героя у творах митця виражається безпосередньо. Усі свої твори він пише від першої особи, безпосередньо виражає свою позицію. Спостереження за його текстами показали, що майже у всіх творах використовується пряма мова, в деяких – цитати, іноді – невласне-пряма мова.

З лінгвістичної точки зору нариси і статті Олеся Гончара вирізняються розмаїттям використання мовних і мовленнєвих засобів. Така можливість пов’язана з тим, що саме в цих жанрах поєднуються елементи художнього й публіцистичного стилів. Крім того, в його публікаціях яскраво проявляється особистісне «я» автора, що дає можливість більш вільного використання мовленнєвих засобів, на відміну, скажімо, від інформаційних жанрів.

Повноцінний образ нерідко був неможливим без вживання порівнянь, епітетів, метафор, метонімії, синекдохи, персоніфікації, гіперболи, літоти. Улюблений троп Олеся Гончара – *епітет*. Нарисист щедро його використовує на окреслення письменників, вони ледь чи не каскадом сиплються на сторінки творів, створюючи ефект різнобічності, всеохопності, певної цілісності, хоч і мозаїчної. У творах Гончара можна зустріти фрагменти, практично повністю скомпоновані на епітетарних образах, як-от, у нарисі «Наша Леся»: «Вже мовби серпанок легендарності проступає до нас образ поетеси, образ ніжний

і чистий. Майже ніколи – веселий, частіше в задумі чи смутку. Долинув звідти в крихких уламках навіть живий голос її, випадково збережений у пробному записі фонографа» [3, 450-451].

Уважне прочитання твору засвідчило, що в ньому надається перевага епітетам – прикметникам («ніжний і чистий образ», «веселий образ», «слабосила дівчина», «прометеївська сила»). Семантика суб'єктів означення засвідчує, що ми маємо справу не з абстрактною сферою можливостей мистецького мовлення, а з конкретними формами художньої свідомості. Тому ми, аналізуючи твір, змушені рухатися не дедуктивним, а індуктивним шляхом; процедура виділення епітетів має матафізичний, але не феноменологічний характер.

На другому місці серед означень у Гончара-нарисиста – дієприкметники («дух непоборний», «обдарована від природи», «гартований дух», «спопеляюча сила пристрасті»).

Однак в аналізованих нами текстах зустрічаються і «нетрадиційні» з граматичної точки зору означення: вони якраз привертають увагу в першу чергу: донька Прометея, феномен людської стійкості, душа, лагідна з природи. Ці та інші епітети відображають неповторність сприйняття світу автором, тому обов'язково висловлюють будь-яку оцінку і мають суб'єктивне значення.

За емоційно-смисловим значенням у тексті зустрічаються епітети:

- метафоричні («прометеївський дух» (про стійкість Лесі Українки), «міцний рядок» (про поезію), «тонка і вразлива душа» (про сприйняття навколишнього світу), «нестримний лет уяви» (про розмаїття тем і мотивів);

- гіперболічні («сильне, гаряче слово», «з творчістю Лесі Українки входили в літературу цілі світи»; «На самовідданих, мужніх, одержимих, на таких, як Франко, Леся.. трималося культурне життя нації»);

- оксиморонні («сильне слово слабкої жінки»);

- агоністичні («в сучасної української культури є тільки одне минуле: її майбутнє») тощо.

В основі цих індивідуально-авторських епітетів несподівані, часто неповторні смислові асоціації, тому їх вживання має оказіональний характер.

Майстерність публіциста визначається й використанням *метафори*. «Метафора – це троп, або механізм мовлення, що використовується словом, яке позначає певний клас предметів, явищ тощо для характеризації і найменування іншого класу об'єктів, аналогічного даному в будь-якому відношенні. В широкому значені термін "метафора" стосується будь-яких видів використання слів у непрямому значенні» [7, 113]. Про метафору в публіцистичному творі йдеться в статті М. Антонівської. Вона пише: «Що ж стосується використання та функціону вання метафори в різних мовних стилях, а саме публіцистичному, то метафора гнучко відбиває когнітивні процеси, які відбуваються у суспільстві та літературі; більше рухається, не обтяжена необхідністю експлікації з тексту» [1].

У портретних нарисах Олеся Гончара нами виявлено такі різновиди метафори:

- персоніфікацію: «Слово Лесі Українки ніколи не показує, йому протипоказана штучність»;
- уособлення: «рано обірвалася її пісня»;
- опредметнення: «воістину всі ми ще встигнемо стати культурою»;
- абстрагування: «творчість поетеси давно уже вийшла з українських берегів»;
- метафору-порівнянння: «Фантазія, ця сестра поезії, вже з дитинства зваблювала Лесю» тощо.

Як бачимо, метафора в тексті – своєрідна «фатальна неминучість», посутній спосіб не тільки вираження думки, але й самого мислення есеїста. Застосовуючи їх, О. Гончар сприяє реалізації прагматичних установок у свідомості читача, оптимізує художню комунікацію з ним.

Отже, прагнення до стандартізованності й одночасно до експресивності – прикметна ознака публіцистики Олеся Гончара. Широкі можливості для реалізації цієї тенденції явлені у застосуванні фігур мови – відступів від нейтрального способу викладу з метою емоційної та естетичної дії. Стандартізованность забезпечується відтворюваністю фігур: в їх основі лежать певні схеми, які в мові можуть наповнюватися щоразу новими словами. Експресія виникає або в результаті операцій зближення-зіставлення, або внаслідок

руйнування звичних мовних формул і стереотипів, або завдяки умілим змінам мовної тактики.

Слововживання Олеся Гончара розширює, а то й розкриває усталені асоціативні зв'зки, що пов'язуються з певними реаліями. Потреба в експресивно-емоційних оцінках вираження виявляє в семантиці слів у творах Гончара асоціації між позначуваними явищами. Формування переносних значень, зокрема символічних, пов'язується у нього також із тими системними відношеннями, які склалися в його епоху. Образ, що виникає у своєрідному сполученні слів, розкривається через зв'язок із художнім цілим. Смислова палітра слів, їх багатоплановість реалізується лише в художньому контексті. Можна підсумувати, що нариси О. Гончара, зокрема, про митців і мистецтво позначені яскравою тенденцією до максималізації експресивності та образності як наслідок активного використання таких чинників публіцистичності: гостра полемічність, орієнтація на дискусійний характер оповіді, сугестивність словесної тканини, визначальна оптимальна рецепція "автор–читач". Заперечення будь-якої стандартизації у вибудові ідейно-художньої цілісності творів у жодному разі не порушує традиції українського публіцистичного слова, яка, вплітаючись в індивідуальну манеру Олеся Гончара, породжує яскравий новаторський стиль, що ідентифікується на всіх рівнях есеїстичної системи: тематико-проблемному, мовному, сюжетно-композиційному, образному.

Нариси Олеся Гончара є такими, що можна назвати прагматично потужними публіцистичними текстами, тобто такими, які є поліфункційні, увиразнені стилістичними мовними засобами, здатними різнобічно впливати на реципієнтів − актуалізуючи чи повідомляючи нову інформацію і переконуючи адресатів у правильності тих чи інших авторських світоглядних позицій. Використання риторичних і синтаксичних фігур – найулюбленіші прийоми Гончара-публіциста. Літературно-критичне моделювання образу героя здійснюється через виклад фактів, з опертям на різноманітні контексти (історичний, біографічний, культурний тощо), на документальні свідчення, на тексти творів портретованого. Авторська концепція в цій жанровій модифікації портрета розкривається раціонально-оцінним способом. Ці твори будуються на

причиново-наслідкових зв'язках, мотиви тут не виконують функцію семантичної цілісності тексту, граючи лише допоміжну роль. Олесь Гончар створює тексти, в яких смислотворча активність читача була б спрямована на розуміння такої концепції автора: письменники, що склали золотий фонд своїх національних літератур, певним чином дотичні і до українського мистецтва слова, і до українського читача. Комунікативно-прагматичний потенціал його текстів базується на активному використанні тропів, які вимагають зусиль пам'яті і мовної компетенції з боку читача. Митець у такий спосіб запрошує до співмислення, мобілізує наявні знання, закликає до гри розуму та впорядкованому комбінуванню різноманітних смислів, їх відбиранню та з'єднанню в цілісну картину.

Олесь Гончар прагне переконати, що український читач високо цінує їх творчість, а українське письменство чимало черпало натхнення в їх творах, що склали золотий фонд світової літератури.

Література:

1. Антонівська М. Головні особливості функціонування та перекладу метафор у сфері публіцистичного дискурсу // http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/169.pdf
2. Гончар О. Людині гімн / О. Гончар. – Гончар О. Твори в 6-ти т. – Т. 6. – К. : Дніпро, 1979. – С. 484-487. 6
3. Гончар О. Наша Леся / О. Гончар. – Гончар О. Твори в 6-ти т. – Т. 6. – К. : Дніпро, 1979. – С. 450-459. 10
4. Гончар О. Правда і пристрасть сьогодення / О. Гончар. – Гончар О. Твори в 6-ти т. – Т. 6. – К. : Дніпро, 1979. – С. 506-512. 9
5. Гончар О. Привіт Грузії! / О. Гончар. – Гончар О. Твори в 6-ти т. – Т. 6. – К. : Дніпро, 1979. – С. 502-506. 10
6. Гончар О. Штрихи до портрета Остапа Вишні / О. Гончар. – Гончар О. Твори в 6-ти т. – Т. 6. – К. : Дніпро, 1979. – С. 492-493. 14
7. Гром'як Р. Герменевтика і критика. – Тернопіль: Підручники і посібники, 1999. – 452 с.
8. Мелкумова Т. Посилення прагматичного впливу публіцистичного тексту завдяки взаємодії виражальних засобів синтаксису http://journal.kdpu.edu.ua/filstd/article/view/669

Вікторія Сікорська, Вікторія Ковальчук
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

СУЧАСНА БІБЛІОТЕЧНА УСТАНОВА В СОЦІОКОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ

У статті висвітлено розвиток соціальних інформаційних комунікацій відповідно до сучасних тенденцій підтримки стійких інформаційних обмінів на основі інформаційно-комунікаційних технологій. Проаналізовано роль сучасних інформаційних центрів, як важливої складової соціальних інформаційних комунікацій, зокрема бібліотек.

***Ключові слова**: соціальні інформаційні комунікації, бібліотека, інформація.*

В статье освещено развитие социальных информационных коммуникаций в соответствии с современными тенденциями поддержки устойчивых информационных обменов на основе информационно-коммуникационных технологий. Проанализировано роль современных информационных центров, как важной составляющей социальных информационных коммуникаций, в частности библиотек.

***Ключевые слова**: социальные информационные коммуникации, библиотека, информация.*

The article deals with the development of social information communications in accordance with modern trends in supporting sustainable information exchanges based on information and communication technologies. The role of modern information centers as an important component of social information communications, in particular libraries, is analyzed.

***Key words**: social information communications, library, information.*

Розвиток сучасних інформаційних і комунікаційних технологій, зростання кількості інформації дедалі більше визначають сутність нашої епохи. Інформаційно-комунікативні технології мають визначальну роль у забезпеченні взаємозв’язку між різними

суспільними структурами й соціальними групами, громадянським суспільством і владою, а також у системах підготовки та поширенні інформації, орієнтованої на масового користувача. Розвиток інформаційних технологій має центральне місце в процесі інтелектуалізації суспільства, розвитку освіти, науки й культури. Сама ж інформація є глобальним, невичерпним потенціалом людства, яке ввійшло в нову епоху розвитку цивілізації, а саме в епоху становлення інформаційного суспільства [1].

Обсяги інформації стають настільки великими, що їх важко контролювати та систематизувати, прибираючи зайве. З настанням ери інформаційного суспільства змінюються й технології і інтереси населення. Не всі сучасні бібліотеки встигають за технічним розвитком, але саме в них вся накопичена людством інформація оброблена, систематизована та відшліфована.

Бібліотека є складовою частиною інформаційної інфраструктури, що забезпечує передачу і трансформацію інформації у часі та просторі. Діяльність бібліотек залежить від зовнішнього середовища, оскільки, щоб визначити напрями розвитку бібліотеки, необхідно насамперед знати потреби користувачів та порівняти їх з можливістю задовільнити ці запити. Саме правильно організована робота інформаційно-бібліотечного простору дозволяє кожному користувачеві оперативно отримати доступ до матеріалів та документів бібліотечного фонду.

За рахунок того, що фонди бібліотек налічують мільйони, а то й більше примірників джерел зі всього світу з тисячолітнім досвідом це дозволяє користувачам обирати зі всього сучасного інформаційного потоку якісну та достовірну інформацію. На сьогоднішній день відбувається прискорення надходження й отримання інформації, яка здатна надати основу лише для поверхневих знань. Тому надійними будуть ті знання, які весь час оновлюються та мають високий рівень якості.

Стрімкий розвиток суспільства та впровадження новітніх електронних технологій торкнулися й бібліотечні установи. Це дозволило підвищити якість та ефективність роботи напряму бібліотечної справи. Створення електронних інформаційних ресурсів бібліотек орієнтоване на віртуальне середовище, де проходить більша

частина часу молоді, наприклад доступ до мережі Інтернет в бібліотеках, проте цього недостатньо. Якщо навіть й надавати доступ до Всесвітньої мережі, то тільки до тих сайтів, що містять достовірну й корисну інформацію [2].

Організація ж сучасної бібліотечної системи ґрунтується не лише на автоматизації окремої бібліотеки. Головна мета її – створення єдиного всеукраїнського інформаційного простору та інтеграція у світовий бібліотечний інформаційний простір. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити ряд завдань:

- по-перше, удосконалення бібліотечно-бібліографічної інформації й публікації текстів у електронному вигляді;
- по-друге, забезпечення доступу через Інтернет до бібліографічної інформації та повнотекстових баз даних;
- по-третє, забезпечення електронних засобів пошуку й обслуговування запитів на інформаційні ресурси бібліотеки.
- З розвитком комп'ютерних і телекомунікаційних технологій інформаційний простір бібліотеки розширюватиметься до міжбібліотечного, міжрегіонального, а з часом його межі стануть ще ширшими [3, с. 17].

Бібліотека піклуючись про свого користувача, виступає посередником, який структурує Інтернет-ресурси, оскільки допомагає відвідувачам знаходити якісний, релевантний матеріал, здійснює пошук, відбір та аналітико-синтетичну обробку ресурсів. Інформаційно-комунікаційні технології та сервіси, що впроваджуються в бібліотеці, відкривають нові можливості в інформаційному забезпеченні користувачів.

Але для залучення молоді потрібно щось більше, аніж просто нове інформаційне забезпечення. Коли молода людина потрапляє до бібліотеки, вона повинна бачити там не старий інтер'єр та запиленні полички, а сучасну, технічно оснащений простір, що зацікавлює лише своїм виглядом. Оновлення повинне бути не лише в обслуговуванні на рівні електронної картотеки або доступу до Інтернету, чи оброблення електронних заявок, а й, наприклад, у самій видачі книжок, які можуть виїжджати до користувача після того, як він обере потрібну в спеціалізованому терміналі самообслуговування. Це звільнить

бібліотекара від перенапруги, та дозволить звільнити час для того, щоб він систематизував, переглядав, та осучаснював фонди бібліотеки. Також сама бібліотека - це така сама організація як і багато інших, тому також потребує реклами, піару та рекламних заходів, яких на сьогоднішній день досить небагато або вони взагалі відсутні. Сам бібліотекар повинен бути сучасним, щоб досліджувати інтереси молоді та населення сьогодення, і вміти зацікавити свого споживача.

Інтер'єр бібліотеки грає також важливу роль. Взяти хоча б за приклад бібліотеки Європи: Ескоріала в Іспанії, Жуаніна в Португалії, Страговського монастиря у Празі, палацу Мафра у Португалії, коледжу Мертон у Великобританії, Малатестіана у Італії, Трипітака Коріана у Південній Кореї, Адмондського аббатсва в Австрії та багато інших. Ці бібліотеки по-справжньому можна назвати витворами мистецтва. До них хочеться приходити не тільки почитати, а й на екскурсію.

Дистанційне обслуговування яке зараз набуває такої популярності, може насправді викликати зворотній ефект. Спочатку бібліотеки просто втратять тих, хто буде самостійно приходити в бібліотеку, а потім потрібність в бібліотеці як споруді зовсім зникне, вона перетвориться у фонд або просто архів під іншою назвою. Осучаснювати їх потрібно не тільки з точки зору комп'ютеризації для зовнішніх потреб, а й з технічного боку задля переосмислення та оновлення думки сучасної спільноти про бібліотеку. Це надасть значної переваги, навіть, у інформаційному суспільстві.

Якщо ж розглядати бібліотеку як засіб оборони під час інформаційних війн, то й пропагувати у джерелах масової комунікації її також потрібно з цієї позиції. Адже саме бібліотека відбирає та структурує непідконтрольні нікому масиви інформації. Світові аналітичні роботи, що пройшли критичний відбір знаходяться тут та можуть стати у нагоді, коли в Інтернеті вони стають все більш рідким явищем, а на їхнє місце приходять інформативні вброси негативних новин або перспектив.

Отже, з'ясувавши, чого саме не вистачає бібліотеці сучасності, ми можемо визначити її шляхи розвитку до майбутнього:

- по перше, потрібно популяризувати бібліотеку серед молоді, а тому цим потрібно зайнятись на державному рівні. На

державному рівні має розроблятися програма щодо залучення молодих людей до розвитку бібліотеки, та програма її популяризації серед молоді, зробити призовий конкурс серед студентів та молодих спеціалістів на кращий стартап про бібліотеку, адже молодь краще знає чого не вистачає культурному осередку знань.

- по друге, надати завдання бібліотекам розробити власну піар-програму або рекламну кампанію, рекламні буклети, біл-борди або будь які інші рекламні продукти, якщо є можливість зробити рекламне повідомлення у популярних ЗМІ (радіо, газети, ТВ).
- по третє, у вишах, школах залучати учнів до будь-якої діяльності пов'язаною з бібліотекою, давати висловлювати свої пропозиції, думки, скарги щодо покращення роботи бібліотек.

Міністерству освіти розробити нову спеціальність для Вузів пов'язану з рекламною діяльністю саме в бібліотеці,надати сучасні технічні засоби, зробити конкурс серед будівничих компаній на проведення нового сучасного ремонту з європейськими технічними засобами, розробити значно новий проект бібліотеки, щоб змінити уявлення про бібліотеку як нудний застарілий заклад.(книжки, які виїжджають до користувача, світлі тони, інтер'єр за прикладом найгарніших бібліотек світу і т.д)

Залучати студентів до написання наукових досліджень на тему розвитку бібліотеки - якою вони хочуть її бачити, чого не вистачає і що потрібно змінити.

Зробити з деяких бібліотек, бібліотеки-квест кімнати, а на зібрані кошти робити закуп нової сучасної цікавої літератури або робити гарний сучасний дизайн. Таким чином, інформатизація суспільства, зростання наукового рівня і інформаційних потреб користувачів обумовлюють необхідність трансформації всієї діяльності бібліотеки сучасності. 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. Бабич В. Роль бібліотек в інформатизації суспільства і підвищенні інформаційної культури / В. Бабич // Бібл. планета. – 1998. – № 1. – С. 17–20.
2. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації і розвиток бібліотечної діяльності / В. Горовий // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2009. – Вип. 23. – С. 7–25.
3. Каращук О. Бібліотека в сучасномуінформаційномупросторі / О. Каращук // Наук. пр. Нац. б-ки Україниім. В. І. Вернадського :зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка Україниім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2016. – Вип. 43. – С. 596–610.
4. Чуприна Л. Проблема інформаційних шумів при використанні оперативної інтернет- інформації для підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів / Л. А. Чуприна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2009. – Вип. 23. – С. 269–288.

Елизавета Зеленюк
Одесский Национальный политехнический университет
Одесса, Украина

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ПУТЬ В ОБЩЕСТВО.

Комунікації людини в суспільстві з моменту народження і до моменту смерті. Потреба соціуму в різних в залежності від віку.

Коммуникации человека в обществе с момента рождения и до момента смерти. Потребность социума в разных в зависимости от возраста.

Human communication in a society from the moment of birth to the moment of death. The need for society varies according to age.

Ежедневно каждый из нас, где бы ни был, сталкивается с коммуникациями в различных формах. Это стало настолько привычным ,что мы не замечаем каким огромным количеством информации мы обмениваемся с окружающими. Буквально на каждом шагу мы должны проявлять свои умения и знания. Эти знания накапливаются в нашей голове далеко не один год, ведь познавать для себя новое мы начинаем с самого нашего рождения. Первыми нам дают знания наши родители, которые находятся постоянно возле своего малыша уделяя максимум своего внимания. Со временем мы растем, делаем первые шаги, говорим первые слова. Знаете, когда женщина учит своего малыша, как говорить слово мама и постоянно повторяет его по слогам, а малыш лепечет лишь на своём непонятном языке и улыбается. Это и есть первые коммуникации.

Вот проходят года, малыш растет, знакомится с новыми персонажами в его жизни. Идет в детский сад, где получает первые навыки поведения в социуме. У него появляются свои друзья и просто знакомые, с которыми всегда можно поговорить, обменяться впечатлениями. Так как основной задачей коммуникаций является обмен информацией, то малыш не только отдаёт, а ещё и получает, учится, узнаёт всё больше и больше, время не стоит на месте. С каждым годом появляется всё новые открытия, всё вокруг постепенно меняется, что-то уходит, а что-то приходит на это место. Вот малыш

уже вырос. Уже и садик окончен и школа. Человек обретает себя со всем своим опытом, характером, эмоциями и знанием и становится личностью. Вот уже и университет. Переход во взрослую жизнь. Сложно оспорить, что на данном этапе мы как никогда формируем своё будущее. Стремительно расширяется круг знакомств, хотим мы этого или нет. Новая группа, новое хобби, да и просто, случайный человек в транспорте, могут стать нашими новыми приятелями.

В век развития технологий, виртуальная реальность всё больше и больше заполняет жизни современной части общества. Число Интернет-пользователей достигло почти 5 миллиардов. С доступом в сеть можно удобно и быстро обмениваться информацией вне зависимости от местонахождения. В сегодняшние дни это доступно едва ли не каждому из нас. Заинтересованность в медиакоммуникациях отдаляет от реалий, жизнь начинает терять краски. Виртуальный мир порой «затягивает с головой». Это как увлечься интересной книжкой, и читать её, часами, не отвлекаясь. Но ведь это никак несравнимо с эмоциями полученными при живом общении.

Не случайно существуют так называемые социальные сети, в которых не составит большого труда зарегистрироваться и начать общение с такими же пользователями. То есть, нельзя опровергать, что проводя время в гаджетах, мы лишаемся социального окружения. Можно ли считать, что это равносильно общению лично, если информация остается такой же? Однозначно нет. Доказать это довольно просто. Допустим, что вы давно не виделись со своими родными, находясь вдалеке от них. Благодаря современным инновациям можно связаться с ними и смочь не только поговорить, а ещё и увидеть. Да, видеосвязь в корне улучшает качество общения. Визуализация даёт возможность видеть эмоции, которые переживает собеседник во время разговора, но, к сожалению, никак не даёт нам возможности, дотронуться, обнять. «Ничто не придает столько выражения и жизни, как жесты, движения рук, особенно при душевных волнениях; без жестов самое красивое лицо маловыразительно. » . Это высказывание принадлежит основоположнику немецкой классической литературы Готхольду Эфраиму Лессингу. Названный отцом новой немецкой литературы поэт подчеркивает значимость выражения

невербального контакта, что является важным дополнением к вербальному, устному. Жесты являются неотъемлемой частью коммуникаций и напрямую служат для усиления экспрессии, которая призвана улучшить способность и умение объяснять. Выразить свои эмоции возможно даже без слов. Так лишь обращая внимание на мимику и жесты человека, можно определить его настроение при этом, не сказав ни слова. Простым примером является немое кино. Чарли Чаплин и другие актеры немого кино были родоначальниками невербальной коммуникации, для них это было единственным средством общения на экране. Каждый актер классифицировался как хороший или плохой, судя по тому, как он мог использовать жесты и другие телодвижения для коммуникации.

Как удалось отметить, наблюдая за общением разных по годам и интересам людей, у более старшего поколения, жестикуляция намного более выражена , чем у современных подростков. Потребность в социальных коммуникациях различна в зависимости от возрастной категории. Ещё начиная с детского сада, малыш имел большой круг друзей, с переходом в школу, этот круг только увеличивался. Малыш рос и набирал себе единомышленников, с которыми вместе учился, весело проводил время. Во время последующих годов проведенных в университете, открывается множество возможностей, заводятся новые знакомства. Далее работа. Там круг постоянного общения значительно укорачивается. А в жизни остается несколько настоящих товарищей, с которыми нас могут связывать много лет дружбы. Не зря говорят, что жизнь отсеивает со временем ненужных в нашей жизни людей. Периодически в ней появляются новые лица, некоторые из них задерживаются и приносят с собой в наши судьбы новые впечатления и события, а некоторые так и остаются лишь знакомыми. И так из года в год, мы видим кому с нами по пути. В большинстве случаях уже к годам старости неразлучными является лишь пожилая пара. Они являются друг для друга второй половинкой, другом, просто человеком, с которым можно разделить всего себя. Семья- это те люди, которые принимают друг друга такими как есть. Дети, внуки, соседи – это постоянный социальный круг взаимоотношений, который в основном является у людей преклонного возраста.

В целом не, смотря на собственные годы, мы сами в праве решать насколько быть общительными и открытыми в отношении к другим людям. Возможность есть всегда, было бы желание. Часто встречается понятие, что социум воспитывает человека. На самом деле, не так просто оставаться самим собой. Некоторых это ломает, они вынуждены подчиняться обстоятельствам, иначе «другие не поймут». Приняв самого себя в первую очередь, оставшись настоящим, не смотря на то, что могут подумать остальные, всё действует наоборот. Люди принимают друг друга, не пытаясь изменить. Всё что происходит - происходит к лучшему. Нас всегда будут окружать люди, с которыми мы будем пересекаться, принимать их точно так же, как они принимают нас.

Начиная с самого рождения, человек неразрывно связан с обществом. Сложно представить, как бы жил человек без него. Социальные коммуникации являются неотъемлемой частью жизни каждого. От самого начала до момента смерти. На Земле ведь более 7 миллиардов людей и часть из них уж точно станут для каждого, чем то больше, чем просто статистика.

Тетяна Лугова, Марія Якубовська
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ЗМІСТОВА МОДЕЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО ВИДАННЯ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «НОВИНИ ЮЖНОГО»)

У статті йдеться про змістову модель регіонального періодичного видання. На прикладі газети «Новини Южного» окреслені її складники й чинники формування, зокрема, акцентовано увагу на жанрах текстів, широті тематики, локальності матеріалів, зворотньому зв'язку із аудиторією.

Ключові слова: *змістова модель, жанр, регіональне видання, газета, аудиторія.*

Content model of a regional editorial (based on the example of the newspaper "Yuzhniy news")

The article is about the content model of regional periodical editorial. Based on the example of the newspaper "Yuzhniy news" its components and formation factors are determined. Moreover, attention is drawn to text genres, breadth of topics, locality of materials, reverse connection to the audience.

Key words: *content model, genre, regional editorial, newspaper, audience.*

В статье идет речь о содержательной модели регионального периодического издания. На примере газеты «Новости Южного» очерчены ее составляющие и факторы формирования, в частности, проанализированы жанры текстов, широта тематики, локальность материалов, обратная связь с аудиторией.

Ключевые слова: *смысловая модель, жанр, региональное издание, газета, аудитория.*

Сьогодні активно тривають дискусії про глобалізацію в інформаційному середовищі. Регіоналізація – частина цих процесів, і не помічати її неможливо. Коли дослідники характеризують глобалізаційні процеси, то перш за все мають на увазі національні медіа, які в глобальному масштабі можуть впливати на зміцнення

різного роду міжнародних зв'язків. Питання ж регіоналізації є специфічним, оскільки цю тенденцію можна простежити лише на певній виокремленій території. Для дослідження цих процесів необхідно час від часу здійснювати аналіз усього інформаційного контенту регіону, а саме: преси, радіо, телебачення, інтернет-ресурсів.

Потреба сформулювати й систематизувати основні прикмети регіонального видання як найбільш використовуваного всіма віковими категоріями медіа-споживачів зумовлена вимогами часу. Сукупність цих властивостей дає змогу сформувати чітку інформаційну модель оригінального регіонального видання, адже під інформаційною моделлю будь-якого об'єкта розуміють сукупність іх його властивостей.

На думку І. Дзялошинського, М. Дзялошинської, «модель – певний шаблон для оптимального вибудовування процесу виготовлення інформаційного продукту, що спирається на технологічну основу. Сукупність моделей видання складає тактику редакційного колективу» [3, 26].

Сучасні дослідники друкованих видань виокремлюють два складники моделі будь-якого видання: змістову і композиційно-графічну. Змістова модель включає основні тематичні напрями видання і співвідношення публікацій на різні теми, систему рубрик, жанрову систему, структуру видання, певні вимоги до стилю, мови, особливостей подання інформації. Усі елементи моделі (і сама вона загалом) залежать від тих завдань, що стоять перед засобом масової інформації, і певних особливостей його цільової аудиторії. Дослідниками журналістики вже ретельно вивчено всі необхідні теоретичні та практичні аспекти формування змістової моделі видання, такі як співвідношення тематичних шпальт і рубрик, поєднання постійних і непостійних рубрик, співвідношення текстового та ілюстраційного матеріалу тощо.

Злагодженість роботи всього механізму, яким є газета, забезпечує його загальну економічну ефективність на матеріальному рівні. Тому важливо з'ясувати, яким саме чином усі різні елементи загальної моделі стають інструментами результативного бізнесу. Тобто інформаційну модель можна розглядати зі змістової, графічної, а також

і з економічної позицій. У цій статті ми за загальними критеріями визначимо потенційну успішність міської газети «Новини Южного» як приклад регіонального видання. Здійснюючи аналіз, користуватимося напрацюваннями дослідників О. Андрієнко[1], О. Дженджебір [2], А. Левченко[4], Д. Мурзіна[6] К. Радіонцева[8] та ін. З метою якісного аналізу оберемо такі аспекти дослідження: жанри текстів, широта тематики, локальність матеріалів, зворотний зв'язок із аудиторією. На прикладі вказаного щотижневика можна буде окреслити основні аспекти інформаційної моделі ефективного регіонального видання. Для аналізу категорій «широта тематики» і «локальність матеріалів» відберемо за попереднім розплануванням 15 різних номерів газети за 2016-2017 рр. і підрахуємо кількість статей на такі теми: політика, економіка, соціальні новини, культура та спорт. З метою порівння ефективності змістового наповнення порівняємо ці випуски з 2011-2012 рр., що дозволдить побачити тенденції видання в цілому. Враховуючи загальну нерозподіленість тематичних матеріалів у «Новинах Южного» за відповідними рубриками, це ускладнює завдання. Оскільки рубрикація газети постійно змінюється (часто від номера в номер), одночасно на одній сторінці можуть мати місце одразу декілька різнопланових матеріалів за основною темою. Але при цьому всі ці матеріали будуть частиною якоїсь певної подієвої теми (окремі підприємства, персоналії, свято, подія тощо).

Отже, обрану для аналізу газету вважають друкованим виданням №1 в м. Южне. Вона виходить у світ щотижня вже понад 20 років. Уперше регулярну місцеву пресу в тоді ще смт Южне затвердили наприкінці 1993 р., а вже 1994 р. міський тижневик уперше з'явився на прилавках кіосків серед інших газет. З того часу в місті з'являлося кілька інших періодичних видань, які ненадовго ставали гідними конкурентами «Новинам Южного». Але на даний момент це єдина южненська преса, що продовжує видаватися регулярно, є впізнаваною мешканцями регіону.

Загальний стиль видання практично не змінювався з часу утворення газети. Логотип, що включає герб м. Южного, лише кількаразово несуттєво змінювався за весь час існування. Газета є чорно-білою, але зазвичай перша та остання сторінки містять

додатково синій колір. Бували часи, коли робочого матеріалу було досить багато, і кількість сторінок сягала 16-ти. Наразі, розглядаючи випуски 2016-2017 років, помітно те, що унікального матеріалу все менше. І кількість сторінок не перевищує 12-ти. Щотижневий тираж також скоротився – наразі до друку надходить близько 1800 примірників, хоча 10 років тому він був удвічі більшим.

Поступово переходячи до перегляду власне газети «Новини Южного», можна одразу розподілити увагу на змістові особливості та композиційні й графічні параметри. Незважаючи на той факт, що протягом багатьох останніх років склад редколегії видання практично не зазнавав змін, дещо у загальній стилістиці та політиці змінилося. Частково це було пов'язано зі змінами на загальнополітичному становищі країни, що почалися 2013-2014 років. Окремо ж вплинув і той момент, що партійне керівництво власне в місті Южне змінилося внаслідок зміни суспільних уподобань у політичному плані. Це не могло не відобразитися на газетній політиці, враховуючи її конкретну прив'язаність до бюджету міста, певна частина котрого стабільно витрачається на потреби «Новин Южного».

Поступовий розвиток видавничих технологій особливо не позначився на даному виданні, і це так само це стосується й переважної більшості будь-яких інших регіональних видань. Розглядаючи найперше змістову модель у газеті, можна майже одразу зробити загальні висновки, зробивши т.зв. попередній аналіз. Враховуючи нерегулярний потік новин з тієї чи іншої окремої соціальної сфери, автори газети майже не використовують на сторінках видання постійних рубрик. Окрім того, таких стандартних рубрик як «політика», «спорт», «суспільство» тощо в газеті нема. Єдиним постійним позарубрикаційним елементом є обов'язковий розклад телепрограм на тиждень, що, зазвичай, займає дві сторінки 12-сторінкового видання. І аби не залишати порожніх місць, «білі місця» на шпальті найчастіше заповнюються невеличкими вставками з розділу анекдотів, кросвордів чи коротеньких рекламних оголошень. Хоча якщо говорити про рекламу, то варто звернути увагу на той факт, що «Новини Южного» доволі рідко послуговуються розміщенням різноманітних рекламних повідомлень на своїх сторінках. Зате

конкретно рубрики змінюються дуже часто, іноді з номера в номер, і за постійними можна не простежити. Перші сторінки неодноразово поруч містили рубрики «Зі Святом!» та «Відлуння свята», часто розвиваючи одну й ту саму тему на обох шпальтах (в обох рубриках). Це саме стосується і багатьох інших рубрикаційних розділів, які, здавалося б, тематично не пов'язані одне з одним. Але знову ж, зважаючи на той момент, що конкретних новин, що стосуються міста, недостатньо для випуску, іноді якусь одну тему (політичні зміни, свято та його традиції тощо) розбивають на декілька різних матеріалів, різного жанру та перегляду.

Відсутність конкретних тематичних рубрик, що обмежували б можливості закріпити за ними різні матеріали, є достатньо продуманою ідеєю з боку редакторського колективу. Зважаючи на відносно старі випуски газети (найстаріші аналізувалися за 2011 рік), можна сказати, що питання рубрик неодноразово порушувалося з року в рік. Наприклад, випуски 2012 р. за рубриками розподілені на такі, як-от: «Офіційно», «Місто», «Спортивні горизонти» і т.д. Випуски 2015 р. містять рубрики більш конкретизовані, й за стилем майже всі рубрики містили слово «новини»: «Новини тижня» (про головне в країні), «Новини міста», «Спортивні новини», «Новини ОПЗ», «Новини ТІС» (останні дві рубрики висвітлювали все, що мало спільну мову з відповідними підприємствами, що пов'язані з містом) тощо. Також можна помітити, що роками раніше кількість різних рубрик була вище, та й іноді кількість сторінок перевищувала 12 і сягала 16. В останні роки закріпилися такі рубрики, як «Самоврядування», «Депутатська трибуна», «Патріотичні новини» та інші. І окремо з'являлися епізодичні рубрики, присвячені конкретній події чи святкуванню. Наприклад, «Кобзареве свято» (річниця народження Т. Шевченка) чи «Рух у вишиванках» (южненське традиційне свято вишиванки).

Розкриваючи суть змісту, можна проаналізувати низку номерів газети, переважно за останні роки (2016-2017) – з №14 (1155) за квітень 2016 до №14 (1208) за квітень 2017. Підраховуючи різні тематичні матеріали, здіснивши контент-моніторинг, можна дійти висновку, яких матеріалів та на яку тематику більше. У середньому кожен випуск налічує близько 20-25 різноманітних текстових повідомлень. Графічне

ілюстрування займає чималу площу. Найчастіше не мають зображення короткі повідомлення загального інформативного змісту, на кшталт таких офіційних текстів, як постанови місцевої ради, зміни до адміністративного, кримінального, судового кодексів (усі такі повідомлення найчастіше розміщені на одній шпальті), звернення керівництв банків, підприємств, комунальних установ, слово редактора тощо. Окремо відзначаються матеріали, що містять лише зображення та текст на ньому (найчастіше рекламні повідомлення).

Близько 60% всіх матеріалів на кожен випуск «Новин Южного» – це інформаційні жанри. Майже половина з них – це зазвичай замітки. Також частими жанрами є звіт та інтерв'ю. Дуже рідко трапляються репортажі та анонси. Ще приблизно 20% відводиться на аналітику, що представлена здебільшого коментарем чи розгорнутою статтею, рідше – рецензією. Такі жанри, як анонс та рецензія, у міській газеті ледь не стовідсотково стосуються тих подій, що проходили в самому місті. Або це святкування просто неба – традиційні ярмарки, гуляння, концерти, або ж різноманітні заходи в южненському палаці культури «Дружба». В останньому випадку куди частіше застосовуються анонси. Рецензії часто описують те, як відбувся той чи інший захід, особливо якщо це якась концертна програма з запрошенням українських чи іноземних (зазвичай російських) артистів. Також близько 15% всіх матеріалів відводиться під різного характеру рекламні повідомлення, до яких відносяться й різноманітні маклерські оголошення. Останні 5% – це зразки художньо-публіцистичних жанрів: із розглянутих матеріалів траплялися лише нариси.

Узагальнюючи аналіз змістової моделі газети «Новини Южного», розібравши всі основні тези при перегляді, можна дійти таких попередніх висновків. Перш за все, змістова спрямованість видання націлена хоч і на максимально широку цільову аудиторію, тим не менше, найбільша маса серед читацького кола – це люди зрілого віку, приблизно 35 років і старше. Практично всі матеріали в газеті, незалежно від розміру, типу, жанру й тематики, виглядають як одна суцільна робота, себто в перевірених випусках були відсутні такі елементи текстів або графіки, що «вибивалися» б із загальної палітри видання. Мабуть, найбільш відчутним критерієм, за яким можна

поділити всі роботи в газеті на дві частини, – це мовне питання. З номера в номер відсоток україномовних та російськомовних текстів непомітно коливається, та все ж можна сказати, що в середньому – приблизно 50% на ті та інші. Також доречним буде звернути увагу й на те, що за останні роки загальна кількість україномовних матеріалів відчутно збільшилася, що, вірогідніше за все, є відповідною реакцією редколегії видання на політичні зміни в країні, що розпочалися 2013-2014 рр. До цього близько 60-75% усіх матеріалів в одному номері (відсоток коливався з номера в номер) були російськомовними, що було з боку керівництва газети відповідним урахуванням значної російськомовної більшості серед населення міста.

Якщо говорити загалом про напрям роботи авторів щодо цільової аудиторії, то в газеті присутні також і матеріали, що будуть цікаві переважно більш молодій частині читачів. До таких матеріалів можна віднести спортивні новини міста, що публікуються майже кожного номера. Це звіти про виїзні ігри южненських спортивних клубів (баскетбол, волейбол, гандбол) або інтерв'ю з найбільш талановитими гравцями з тих чи інших видів спорту. Також мають місце і мистецькі новини Южного, пов'язані з виступами місцевих творчих колективів, котрих налічується понад 20 одиниць, і значна їх кількість має неодноразові успіхи не лише за межами регіону, а й за межами України. Звертаючи увагу на те, що загалом ці музичні, танцювальні та театральні колективи представлені молоддю, можна підкреслити, що й завдяки таким матеріалам газета розширює коло своєї читацької аудиторії в бік більш молодих представників южненської громади. Інша справа, що наразі та частина активної молоді, що цікавиться місцевими новинами, орієнтується на інтернет-ресурси, а в даному випадку газета «Новини Южного» має гідну конкуренцію на інформативній ниві у вигляді інтернет-видання «Re:пост», що утворилося відносно нещодавно, розвинувшись завдяки соціальним мережам.

Змістова модель видання «Новини Южного» дає відповіді на такі загальні питання, як теми і рубрики для публікації, відображення певних конкретних сторін місцевої життєдіяльності. Щодо тематики публікації, то змістовою моделлю газети зазначені максимум усі

сторони міського соціального життя. Це і політичні аспекти, що відлунюються в місті, і спортивні й митецькі новини, пов'язані з конкретними персоналіями чи групами людей, а також різноманітні події міста – кримінальні порушення, надзвичайні події, запрошення до міста відомих людей, цікаві новини з життя пересічних громадян Южного, відкриття чи закриття окремих торгівельних майданчиків тощо. Враховуючи глобальність контенту видання, тобто використання взагалі всього, що може мати відношення до міста, редактори газети відійшли від ідеї звичних читачеві рубрик. Можливо, відсутність типових «політика», «спорт» чи «суспільство» і надасть можливість всім потенційним читачам поступово ознайомитися з усіма новинами свого міста, не вишукуючи матеріалів на конкретну тематику. Щодо покриття зони, що висвітлюється в матеріалах, то, окрім власне міста Южне, найчастіше мають місце новини про підприємства, на котрих працює значна кількість южненців, а також іноді й деякі гучні регіональні події.

Враховуючи те, що за останні роки видання повністю відійшло від публікацій новин та аналітичних статей загальнодержавного значення (лише час від часу трапляються новини Одеського регіону в цілому), нема необхідності розподіляти матеріали за локальною спрямованістю – на місцеві, регіональні та загальнодержавні. Таким чином, відносну більшість матеріалів становлять тексти про події в галузі культури. Це, зокрема, статті на теми конкретних свят (інколи їм присвячується 1-2 шпальти), де автори створюють матеріали на зразок детального занурення в історичний, освітній чи етичний аспект окремого з них. Найчастіше увага приділяється традиційним православним святам (Різдво Христове, Великдень, Трійця) або важливим історичним сторінкам регіону. Тут особливо виділяються матеріали на тематику воєнних років (Свято 9 травня) чи деяких новітніх визначних дат, що культивувалися в період загострення політичної кризи України останніх років. Звідси й багато матеріалів відповідної тематики, що зазвичай складає рубрику «Патріотичні новини». Так, у №14 (1155) є велика аналітична стаття «Виховання патріотизму та гідності на ідеалах української національної ідеї в сучасних умовах». №10 (1204) містить такі матеріали цієї тематики:

замітка «Польова преса» про питання актуальності військової преси; стаття «Гетьман Іван Мазепа – славетний патріот України» як історична довідка. Також до тематично культурних матеріалів відносяться філологічні роботи, пов'язані безпосередньо з вивченням особливостей української мови, літератури, культури та історії. Періодично публіковану творчість міських артистів (поетичні рядки, елементи прози, фотокартки образотворчих робіт) також можна віднести до даної тематичної рубрики.

Далі – соціальна проблематика, на шпальтах видань найчастіше висвітлювалися житлово-комунальні питання чи певні надзвичайні ситуації, що траплялися в місті Южне чи в околишніх селищах та селах. Часто господарські проблеми та проблеми в роботі головних підприємств міста (Морський торгівельний порт Южний, Одеський припортовий завод, Нафтотермінал ТІС) були основною та трохи не єдиною тематикою в соціальній проблематиці видання.

Наступною темою є політичні новини, зокрема повідомлення про заходи органів влади та політичних сил на території регіону. Дуже часто всебічно розглядаються сесії Южненської міської ради, на котрій вивчаються різні важливі питання поточного дня, після чого зазвичай у вигляді звіту інформація друкується в газеті. До того моменту, як «Новини Южного» відійшли від публікування позаміських новин, відсоток новин на політичну тему поступово помітно зменшився.

Передостаннє місце – новини з галузі спорту та частково військова тематика, популярна останніми роками через відомі воєнні події на Сході країни, і ці новини можна також віднести до даної категорії. Власне спорт – це новини клубів чи ігор, а також місце вболівальників у них. На сьогодні максимум уваги привертає БК «Хімік», що багато років посідає перші місця в загальноукраїнських змаганнях і доволі успішно демонструє себе за кордоном. Уже будучи чемпіонами України з баскетболу, команда має значне фанатське коло, основа котрого проживає, звичайно ж, в Южному. Типовий матеріал: №15 (1156) – звіт «Першість южненських баскетболістів протягом 4 років». Також це южненські гандбол (останніми роками іде на спад), волейбол (популярність низька) та регбі (популярність зростає). Щодо військових статей, то це елементи підтримки южненських

військовослужбовців на Сході України, волонтерська допомога, тексти про військову підготовку в Южному. Прикладом буде №19 (1160), де міститься матеріал «Чим дихає український воїн?», або №27 (1168), де є інтерв'ю «Новітня амуніція дійшла і до южненських добровольців».

На останньому місці за широтою тематики опинилася економічна інформація, до якої зараховуються статті про бюджетні витрати, розвиток підприємств тощо. Наразі вся така інформація представляється у вигляді маленьких заміток, де коротко описуються конкретні фінансові зміни. Хоча іноді це й достатньо розгорнуті коментарі, з уточненнями щодо кожної з тез, а не лише цифри.

Статей, які не вписуються у заздалегідь тематичні блоки, під час аналізу не виявлено. Для аналізу категорії «жанри текстів» проаналізуємо також довільну вибірку газет за той самий період (випадкові номери) задля визначення зв'язків між темою та жанром. Культурна тематика визначена у газеті анонсами, замітками, репортажами, рецензіями, звітами та інтерв'ю. Таким чином, ця тема визначена найбільшим різноманіттям жанрів у газеті. Суспільна та соціальна тематика – переважно замітки, а також коментарі. Політична тематика представлена аналітичними статтями, замітками, коментарями, рідше – звітами та інтерв'ю. Спортивні матеріали – це переважно звіти, кореспонденції, репортажі, коментарі та інтерв'ю. І остання тематика, економічна інформатика – замітки та коментарі.

Для аналізу категорії «Зворотній зв'язок» проаналізуємо ті ж самі номери видання, також окремо звертаючи увагу й на менш актуальні випуски за 2016-2017 роки. Найчастіше використовуються такі форми друкованих звернень до редакції: листи, оголошення, вітання, некрологи. Зазвичай усі вони знаходяться на одній із передостанніх, або на останній сторінці. Якщо типів листів кілька (наприклад, вітання та некрологи), шпальта умовно поділяється на дві чи більше невеликі частини, кожна з котрих вміщує повідомлення одного й того ж самого типу. На думку І. Михайлина, «лист залишається для редакції важливим джерелом інформації та уявлення про резонанс опублікованих матеріалів. Газети час від часу готують огляди листів читачів або публікують їх… Лист передбачає наявність (уявність)

адресата, особливу довірчу інтонацію, висвітлення суспільно важливої проблематики, яка становить загальний інтерес» [4, 141].

Розглядаючи всі листи з окремо визначеної вибірки (до неї потрапляє 16 номерів газети «Новини Южного»), їх зміст аналізуватиметься за такими параметрами: звернення безпосередньо до працівників редакції южненського видання, звернення до органів влади (через друковане ЗМІ), звернення до інших окремих осіб через газету. Також варто враховувати і такий аспект, як емоційність звернення: за цими критеріями листи можна поділити на позитивні, негативні та нейтральні. До позитивних зараховуються повідомлення, в яких відображено подяку будь-кому (у тому числі конкретно редпкції газети) чи будь-який схвальний відгук, а до негативних – висвітлення невирішеної проблеми, висловлення невдоволення чимось тощо. Нейтральні повідомлення – це всі ті, що позбавлені емоційного забарвлення.

Загалом на шістнадцять випусків газети було надруковано два листи (обидва мали негативне забарвлення та спрямовувалися на пошук підтримки серед читачів, що аналогічно були б невдоволені діями місцевої влади), 11 привітань, 4 некрологи та 10 оголошень. Привітання мали звичайно ж позитивний характер, і майже всі були орієнтовані на окремих людей, у текстах містилися персональні привітання. Некрологи стосувалися померлих мешканців міста і мали нейтральне забарвлення. Оголошення мали нейтральний відтінок та кожне з них було окремим запрошенням на певні заходи суспільно-політичного чи навчального характеру.

Отже, аналіз змістовної моделі видання доводить, що газета «Новини Южного» за цільовим призначенням – типове громадсько-політичне видання; за панівним тематичним спрямуванням – інформаційне (дослідження інформаційного блоку свідчить про переважну більшість інформаційних матеріалів); за цільовою аудиторією – масове; за способом розповсюдження – змішане (передплата або роздрібний продаж). Можна зробити висновки, що видання не вирізняється особливою креативністю з-поміж інших, однак є цілком якісним і потребуваним.

Література:

1. Андрієнко А. О. Проблеми та перспективи розвитку районної періодичної преси на прикладі Чернігівської газети «Нива» / А. О. Андрієнко,А. І. Чернявська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2008/fil_2008_1_2/2008-26-06/001.pdf
2. Дженджебір О. Інформаційна модель ефективного регіонального видання // file://Downloads/apmk_2013_14_20%20(3).pdf
3. Дзялошинский И. М. Концепция современого периодического издания / И. Дзялошинский, М. Дзялошинская. – М. : МедиаМир, 2012. – 344 с.
4. Журналістика. Словник-довідник. – К. : Академвидав, 2013. – 320 с.
5. Левченко А. М. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній системі суспільства / А. М. Левченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1381
6. Мурзин Д. А. Эффективные модели региональной и муниципальной прессы. – М.: ИД «Хроникер». 2008.– Т. 2. – 229 с. – С. 17.
7. Новини Южного. – 2011-2017.
8. Радионцева К. С. Творческий потенциал современной районной газеты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2009. — 186 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

1. Doshchanova Malika Yuldashovna – Senior teacher. Tashkent University of Information Technologies named after Muhammad al-Khwarizmi (Republic of Uzbekistan)
2. Karaaslan Temel (Карааслан Темель) – докторант. Докторская школа: Общественные науки (Журналистика и коммуникация) Молдавский государственный университет. Научный руководитель – Марин Константин, доктор, хабилитат, профессор, Молдавский государственный университет – Universitatea de Stat din Moldova (Турецкая Республика)
3. Matyakubova Akiljan – Teacher. Nurabad Professional College of Economy and Energy (Republic of Uzbekistan)
4. Алимова Дилдора Дамировна – ассистент Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
5. Андріяш Тетяна – викладач циклової комісії документознавства та інформаційної діяльності Коледжу промислової автоматики та інформаційних технологій Одеської національної академії харчових технологій (Україна)
6. Артикова Дилфуза Миржановна – старший преподаватель Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
7. Архіпов Владислав – студент 2 курсу ОНПУ. Науковий керівник – Ткачук Наталія Олегівна, ст. викл. кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)
8. Баюш Оксана Олегівна – завідувач навчально-виробничої практики, викладач циклової комісії документознавства та інформаційної діяльності Коледжу промислової автоматики та інформаційних технологій Одеської національної академії харчових технологій (Україна)
9. Безбородова Екатерина Васильевна – магистрант института педагогики Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, учёный секретарь «Гуманитарного педагогического Центра «Гражданин XXI века» (Российская Федерация)
10. Безугла Світлана – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Ященко Лариса Євгенівна, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)

11. Берневек Анастасія – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)
12. Бєлунов Артур Андрійович – студент 2 курсу Інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
13. Бірюкова Олена – студентка 2 курсу ОНПУ. Науковий керівник - Ткачук Наталія Олегівна, ст. викл. кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)
14. Бірюкова Тетяна Леонідівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
15. Блохин Виктор Николаевич – старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь).
16. Бобожонова Мадина Ахадовна – преподаватель Академического лицея Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
17. Брйченко Світлана Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
18. Бурля Оксана Валеріївна – асистент кафедри історії та документознавства Національного авіаційного університету (Україна)
19. Ван Ли – аспирантка, факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова. Научный руководитель – Тертычный Александр Алексеевич, профессор, доктор филол. наук Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова (Китай)

20. Василенко Олена Петрівна – доцент, канд. пед. наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
21. Виходець Олександр Михайлович – кандидат технічних наук, доцент. Одеський національний політехнічний університет (Україна)
22. Волков Олег Сергійович – студент 2 курсу Інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
23. Габовда Анжеліка – старший викладач кафедри англійської мови та методики викладання іноземних мов Мукачівського державного університету (Україна)
24. Давиденко Юлія Григорівна – вчитель-методист початкових класів Житомирська міська гімназія № 3 (Україна)
25. Демянченко Олександра – студентка 2 курсу факультету журналістики НУ «ОЮА». Науковий керівник – Грушевська Юлія Андріївна, канд.філол.наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія» (Україна)
26. Домашина Анна – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету, ОНПУ. Науковий керівник – Василенко Олена Петрівна, доцент кафедри ІДМК. Одеський національний політехнічний університет (Україна)
27. Дрига Альона – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету, ОНПУ. Науковий керівник – Лугова Тетяна Анатоліївна, канд. мистецтвознавства, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
28. Дубленич Анна-Софія Юріївна – студентка 2 курсу Інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)

29. Жалолов Фуркат – старший преподаватель Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
30. Зеленюк Елизавета Александровна – студентка 1 курса Гуманитарного факультета ОНПУ. Научный руководитель – Бирюкова Татьяна Леонидовна, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры информационной деятельности и медиакоммуникаций ОНПУ (Україна)
31. Зибіна Олена – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету, ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
32. Зиявитдинова Нафиса – доцент Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
33. Зірчак Ганна Петрівна – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
34. Калюпін Роман Сергійович – студент 2 курсу Інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
35. Кіпер Інна – студентка 3 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
36. Ковальчук Вікторія – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Сікорська Вікторія Юріївна, канд. філол. наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ГФ Одеського національного політехнічного університету (Україна)
37. Колесников Владислав Олександрович – студент 2 курсу Інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)

38. Коляда-Березовська Тетяна Федорівна – доцент, к. філол. н., доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
39. Конокієнко Ольга – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Масі Наталя Іванівна, старший викладач каф. Документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна)
40. Коротка Анастасія – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Коляда-Березовська Тетяна Федорівна – доцент, к. філол. н., доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
41. Косарчук Наталія – студентка 4 курсу Гуманитарного факультета ОНПУ. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
42. Крайнюк Анастасія – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник («Конструювання соціальної реальності в процесі комунікативної взаємодії») – Кубко Валентина Петрівна, доцент, к. філос. н., кафедра інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету Науковий керівник («Систематизація як складова каталогізаці») – Масі Наталя Іванівна, старший викладач каф. Документознавства та інформаційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (Україна).
43. Красиленко Володимир Григорович – кандидат технічних наук, ст. наук. співробітник, доцент Вінницького національного технічного університету (Україна)
44. Кубко Валентина Петрівна – кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
45. Кулько Екатерина Ивановна – старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин. УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь)

46. Курыло Ольга Владимировна – старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин Учреждения образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь)
47. Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
48. Лєсовець Неля Миколаївна – доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності. ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ (Україна)
49. Лошан Катерина – студентка 3 курсу гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Мельник Сергій Петрович, канд. наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
50. Лугова Тетяна Анатоліївна – канд. мистецтвознавства, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
51. Луца Маріанна – старший викладач кафедри філологічних дисциплін та соціальних комунікацій Мукачівського державного університету
52. Люлько Олександр Андрійович – студент 2 курсу навчально-наукового інституту Комп'ютерних Систем (Інженерія програмного забезпечення) ОНПУ. Науковий керівник – Брайченко Світлана Леонідівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри ІДМК ОНПУ (Україна)
53. Малинівська Людмила Іванівна – доцент кафедри охорони праці та цивільної безпеки, Житомирський державний університет імені Івана Франка (Україна)
54. Малюк Ольга Юріївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ (Україна)
55. Масі Наталя Іванівна – ст. викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
56. Махмудова Малика Ашуровна – ассистент Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)

57. Мельник Світлана Михайлівна – канд. філол. наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
58. Мельник Сергій Петрович – канд. наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
59. Міняйло Констянтин – студент 2 курсу ОНПУ. Науковий керівник - Брайченко Світлана Леонідівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри ІДМК ОНПУ (Україна)
60. Муминов Хайдар Мухиддинович – ассистент Бухарского инженерно-технологического института(Республика Узбекистан)
61. Мухаммедова Дилафруз Ахмадовна – преподаватель Академического лицея Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
62. Нікітович Діана Вікторівна – диспетчер ФІРЕН. Вінницький національний технічний університет (Україна)
63. Новгородська Ольга – студентка 5 курсу ОНПУ. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна ст. викл. кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
64. Норова Интизор Хакбердиевна – преподаватель Академического лицея Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
65. Облакевич Катерина Ігорівна – студентка 2 курсу Інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – канд. філол. наук, доцент кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
66. Панькевич Олена Олександрівна – старший викладач кафедри Інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
67. Пацукевич Ольга Васильевна – старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин. Учреждение образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь)

68. Полякова Анна Василівна – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Лугова Тетяна Анатоліївна, канд. мистецтвознавства, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
69. Раджабова Нафиса Ярашевна – преподаватель Академического лицея Бухарского медицинского института (Республика Узбекистан)
70. Рахматов Санъат Султонович – ассистент БухИТИ, Бухарский инженерно-технологические институт (Республика Узбекистан)
71. Рахматова Шахноза Рустамовна – преподаватель Академического лицея Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
72. Сабатин Аліна Олегівна – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Шевченко Олена Василівна, доктор наук з соціальних комунікацій, професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)
73. Садулаева Наргиза Нажмитдиновна – магистрант БухИТИ. Научный руководитель – Рахматов Санъат Султонович – ассистент БухИТИ, Бухарский инженерно-технологические институт (Республика Узбекистан)
74. Сакута Анна – студентка 1 курса Гуманитарного факультета ОНПУ. Научный руководитель – Бирюкова Татьяна Леонидовна, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры информационной деятельности и медиакоммуникаций ОНПУ (Украина)
75. Сарахман Юрій – студент 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Панькевич Олена Олександрівна – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
76. Сариев Рустам – старший преподаватель Бухарский инженерно-технологический институт (Республика Узбекистан)
77. Серденюк Наталя – бакалавр спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» ГФ ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій

гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)

78. Сидорчук Ярослава – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна ст. викл. кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
79. Сікорська Вікторія Юріївна – канд. філол. наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
80. Слюсаренко Марія Іванівна – к. н. з соціальних комунікацій, кафедра теорії та методики практичної психології. Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д.ж Ушинського (Україна)
81. Соловйова Світлана – бакалавр спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» ГФ ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
82. Солярик Ольга – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Сікорська Вікторія Юріївна, канд. філол. наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ГФ Одеського національного політехнічного університету (Україна)
83. Стельмах Анастасія – студентка 4 курсу факультету журналістики НУ «ОЮА». Науковий керівник – Грушевська Юлія Андріївна, канд.філол.наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія» (Україна)
84. Стрельцова Каріна Валеріївна – студентка 4 курсу ОНПУ. Науковий курвник – Зірчак Ганна Петрівна, старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)
85. Стронська Наталія – доцент кафедри культурології та інформаційних комунікацій, кандидат історичних наук. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Україна)
86. Сухина Володимир Павлович – студент 4 курсу ОНПУ. Науковий керівник – Андріянов Олександр Вікторович, кандидат фізико-

математичних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)

87. Татакі Олена Олегівна – ст. викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
88. Темченко Тетяна – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Якубовська Марія Георгіївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)
89. Ткачук Наталія Олегівна – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій ОНПУ (Україна)
90. Топале Макріна – студентка 2 курсу Хіміко-технологічного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Панькевич Олена Олександрівна, старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
91. Торконяк Софія Степанівна – студентка 4 курсу Гуманітарного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна, кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
92. Третьяков Андрей Леонидович – магистр библиотечно-информационной деятельности, старший преподаватель кафедры дошкольного образования Московского государственного областного университета, преподаватель кафедры современного туризма и гостеприимства Российского государственного гуманитарного университета, член-корреспондент Международной академии детско-юношеского туризма и краеведения (Российская Федерация)
93. Хайитов Шербек – доцент Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
94. Хужаназаров Зайниддин Рашидович – ассистент, Бухарский инженерно-технологический институт (Республика Узбекистан)
95. Чернишов Олексій – студент 2 курсу ОНПУ. Науковий керівник – Брайченко Світлана Леонідівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій

Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)

96. Чубук Діана – студентка 2 курсу Хіміко-технологічного факультету ОНПУ. Науковий керівник – Панькевич Олена Олександрівна, старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету (Україна)
97. Шарипова Нозима Умаровна – преподаватель Академического лицея Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
98. Шевченко Марина – магістрантка Харківської державної академії культури. Науковий керівник – Кушнаренко Наталя Миколаївна, доктор педагогічних наук, професор, проректор з наукової роботи ХДАК (Україна)
99. Шевченко Олена Василівна – професор, доктор наук з соціальних комунікацій, професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
100. Шевченко Тетяна Миколаївна – доцент кафедри української літератури, к. філол. н., докторант Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (Україна)
101. Шевченко Юлія Геннадіївна – студентка 2 курсу факультету міжнародних відносин, політології та соціології, спеціальність «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Науковий керівник – Кузьмін Денис Валерійович, старший викладач, кафедра міжнародних відносин, ОНУ імені І.І.Мечникова (Україна)
102. Эрдонова Гулмира Ахтамовна – преподаватель Академического лицея Бухарского инженерно-технологического института (Республика Узбекистан)
103. Якубовська Марія – канд. філол. наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)
104. Ященко Лариса Євгенівна – доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна)

Наукове видання

Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації

МАТЕРІАЛИ
IV Міжнародної науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців,
присвяченої 100-річчю
Одеського національного політехнічного університету

Підписано до друку 14.03.2018. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний
Ум. др. арк. 31.62. Обл.-вид. арк. 26,04. Зам. № 365.
Наклад 300 прим.

Видавець «ФОП Середняк Т.К.», 49000, Дніпро, 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 7599
49000, Дніпро, 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, Дніпро, 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
IV Международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых,
посвященной 100-летию
Одесского национального политехнического университета

Подписано в печать 14.03.2018. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная
Условных. печат. л. 31.62. Уч.-изд. л. 26,04. Зак. № 365.
Тираж 300 экз.

Издатель «ФЛП Середняк Т.К.», 49000, Днепро, 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 7599
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