ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Науково-дослідна частина
Наукове товариство студентів,
аспірантів, докторантів і молодих вчених

ЗБІРНИК

наукових праць студентів,
аспірантів і молодих вчених

«МОЛОДА НАУКА-2016»

Том ІІ

«Журналістика»
«Психологія»
«Педагогічні науки»
«Соціальна педагогіка»
«Математичні науки»
«Біологічні науки»

Запоріжжя
2016

УДК: 001 (066)
ББК: Ч215я4

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Фролов М.О. – ректор ЗНУ
Васильчук Г.М. – проректор з наукової роботи
Меняйло В.І. – начальник НДЧ
Багрійчук О.С. – заст. декана з наукової роботи фізичного фак-ту
Борисенко О.В. – провідний фахівець НДЧ
Ігнатуша О.М. – заст. декана з наукової роботи історичного фак-ту
Караулова С.І. – заст. декана з наукової роботи фак-ту фізичного виховання
Копійка В.В. – заст. декана з наукової роботи біологічного фак-ту
Краснокутський О.В. – заст. декана з наукової роботи фак-ту соціології та управління
Леонтьєва В.В. – заст. декана з наукової роботи математичного фак-ту
Лютіков П.С. – заст. декана з наукової роботи юридичного фак-ту
Макарова Т.М. – заст. декана з науково-методичної роботи Криворізького фак-ту
Мацегора І.Л. – заст. декана з наукової роботи філологічного фак-ту
Носик М.О. –заст. директора Економіко-правничого коледжу з наукової роботи
Олійник О.М. – заст. декана з наукової роботи фак-ту менеджменту
Пирогова К.М. – голова НТСАДМВ ЗНУ, заступник декана з наукової роботи фак-ту журналістики
Семенчук А.Б. – заст. декана з наукової роботи фак-ту іноземної філології
Ткалич М.Г. – заст. декана з наукової роботи фак-ту СПП
Шевченко Ю.О. – заст. декана з наукової роботи економічного фак-ту

Збірник укладено за результатами IX університетської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2016», що проходила 12-14 квітня 2016 року.

Автори публікацій несуть відповідальність за достовірність фактичних даних, чіткість викладу тексту, цитування, а також мовно-стилістичний рівень написання матеріалів.

Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2016» : у 4 т. / Запорізький національний університет. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – Т. 2. –398 с.

УДК: 001 (066)
ББК: Ч215я4
М 754

©Запорізький національний університет, 2016
©Автори публікацій, 2016

СЕКЦІЯ « ЖУРНАЛІСТИКА»

Борисенко Світлана
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викл. Микитів Г. В.

РЕДАКТОРСЬКИЙ АНАЛІЗ ЗАГОЛОВКІВ У ГАЗЕТІ УНС «СВОБОДА»

Заголовки публікацій у газеті − невід'ємний елемент її дизайну. Від їх характеру та оформлення багато в чому залежить «обличчя» періодичного видання. Найважливіша їхня функція – залучення уваги читача. Адже дослідження психологів показали, що близько 80% читачів приділяють увагу тільки заголовкам. Вони допомагають людині швидко ознайомитися зі змістом номера, зрозуміти, про що повідомляють його публікації, що важливо в інформації, яку йому пропонують [1].

До питання заголовків у газетних виданнях зверталися такі дослідники, як С. М. Гуревич, В. Ф. Іванов, В. В. Різун, О. О. Тертичний, М. С. Тимошик, В. Е. Шевченко та інші.

Метою роботи є аналіз особливостей використання заголовків у тижневику Українського Народного Союзу в Америці «Свобода».

Заголовок являє собою органічний перший елемент текстової публікації, нерозривно з нею пов'язаний [2]. Існують різні види заголовків: основні (привітальні, закличні, узагальнюючі, інформаційні); підзаголовки; внутрішні підзаголовки; рубрики; шапки [3].

В. Ф. Іванов вважає, що газетні заголовки повинні мати такі властивості: максимальну інформативність; об’єктивне відображення тематичного змісту тексту; самобутність і оригінальність; структурну завершеність та інтонаційну виразність; публіцистичну гостроту і експресивність, виразність почуттів, думок; точність термінів [2].

Редакція газети «Свобода» при виборі заголовка користується головним правилом їх складання – газетний заголовок повинен бути зрозумілий будь-якому читачеві. Оскільки на шпальтах «Свободи» майже всі повідомлення інформаційного характеру, то домінуючою стає інформативна функція заголовків. Так, для новинних інформаційних заміток характерне винесення в заголовок опорних фактів, цифрових даних. Значна частина заголовків у компактній формі передає основний зміст матеріалу. Заголовки інтерв'ю в аналізованій газеті часто являють собою цитату з відповіді респондента на запитання журналіста. Для репортажів, замальовок, нарисових публікацій характерні образні заголовки, використання в них прислів'їв, приказок і фразеологізмів. Але які б слова чи засоби редакція не використовувала, в них завжди виявляється моральна позиція автора, що привносить у висловлення емоційний елемент.

Проаналізувавши номери газети «Свобода» за 2015 рік, нами були виявлені такі синтаксичні прийоми в заголовках: еліптичні конструкції («За нами – українська земля»); синтаксична трансформація номінативних структур («В перспективі – новий політичний проект»); парцеляція («Розвалити Україну? Це дуже просто»); сегментація («Скасували позабльоковість. Що далі?»).

До лексико-семантичних прийомів можна віднести: ведення в заголовок оказіоналізмів («Шевченкознавчим студіям немає кінця»); архаїзмів («Українські лещетарі взяли участь у чемпіонаті»); діалектизмів («Юні музики дали концерт української мизики»); професіоналізмів («Прозвучали клясичні квінтети в Українському Інституті»); слів просторічної лексики («Заборона назви “червоношкірі”»); антонімів («Як вивести Україну з минулого у майбутнє»); синонімів («Країна Україна – держава Україна»); паронімів

(«Ізраїльські друзи – друзі України»; неологізмів («Останній шлях “кіборга”»); омонімів («Юні музики дали концерт української мизики»); багатозначних слів («Панорама життя в Україні»); прикладок («Твітер-шторм в обороні Савченко»).

У заголовках газети використовуються (іноді трансформовані) прислів’я, фразеологізми, метафори, рядки з пісень та віршів. Наприклад: «Тріщи, не тріщи – минули Водохрещі», «З миру по нитці», «Краще пізно, ніж ніколи», «Ще не вмерла французька “Чорногора”», «Донбас з воза – Києву легше».

Таким чином, авторська фантазія не обмежена. У заголовках автори використовують різні засоби виразності на рівні фонетики, морфології, лексики, синтаксису.

Вплив заголовка на читача значною мірою залежить і від технічного оформлення. У «Свободі» їх розміщують над текстами, відділяючи певним простором, що дозволяє заголовкам функціонувати як самодостатня мовна одиниця. Варіації їх оформлення створюються за рахунок зорових компонентів – графічних засобів, і прийомів: розмаїтості шрифтового набору, активного використання образотворчих елементів: лінійок, прикрас, різних композиційних і кольорових рішень. За певними тематичними рубриками закріплені «свої» шрифти. Це стає для читача додатковим розпізнавальним знаком, орієнтиром, що полегшує знайомство з номером.

Отже, заголовок у газеті «Свобода» привертає увагу читачів, спонукає їх до ознайомлення з основним викладом публікації. Ці властивості заголовка досягаються за допомогою таких засобів: синтаксичних та лексико-семантичних прийомів, технічного оформлення. Вони поєднуються, використовуються одночасно, прекрасно доповнюючи один одного. Стиль заголовків у газеті − одна з її відмінностей від інших періодичних видань. Стиль газети «Свобода» не змінюється протягом досить тривалого часу. Тож можна допустити, що за стилем заголовків публікацій постійний читач може впізнавати «Свободу», навіть не дивлячись на її назву.

Література

1. Гуревич С. Номер газеты : учебное пособие / С. Гуревич – М. : Аспект Пресс, 2002.– 191 с.
2. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В. Іванов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. – 222 с.
3. Лазарева Э. А. Заголовок в газете : учебное пособие [для студентов-журналистов] / Э. А. Лазарева. – Свердловск : Изд. Уральського унив-та, 1989. – 96 с.

Климак Дар'я
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викл. Микитів Г.В.

ТЕМАТИЧНА СПРЯМОВАНІСТЬ СПОРТИВНОГО ЖУРНАЛУ «ФУТБОЛ»

Спорт на даний момент є важливим складником життя громадян, досягнення спортсменів дозволяють людям пишатися своєю країною, підіймати престиж держави на світовому рівні. Саме тому популярності серед читачів набуває спортивна преса.

Дослідник Є. А. Слюсаренко зазначає, що всі спортивні видання можна розділити на універсальні (загальногалузеві, загального профілю) і спеціалізовані (галузеві). Універсальні видання по спорту розраховані на максимально широке охоплення тематики і орієнтуються на великі верстви спортивної читацької аудиторії, намагаючись враховувати всі можливі інтереси і запити. Спеціалізовані (галузеві) видання мають більш вузький діапазон інформації, отже, –і більш вузьку аудиторію [2, с. 11].

Учений характеризує їх таким чином: «Спеціалізовані спортивні журнали будуються на основі лімітування тематичного спрямування одним або рідше декількома суміжними видами спорту», серед яких виділяють футбольні, хокейні, шахові, автоспортивні та інші. Подібна тематика обумовлюється, в першу чергу, популярністю, рівнем розвитку і доступністю того чи того виду спорту. Зокрема футбольна періодика, як один із тематичних

різновидів відрізняється розмаїттям жанрів, що дозволяє уникнути монотонності викладу матеріалу.

Основна тематична спрямованість спортивної періодики в Україні – висвітлення цікавих питань та поширення актуальної спортивної інформації про певні види спорту на теренах країни.Спортивна журналістика має свою специфічну аудиторію, яких називають любителями спорту. Цю аудиторію дослідники розділяють, на три частини: фахівці, тобто люди, безпосередньо задіяні у спортивній індустрії (спортсмени, тренери, спортивні чиновники, журналісти), пасивні та активні вболівальники [1, с. 197].

Сучасні спортивні журнали стали символізувати «стиль життя» бо за своєю природою журнал – це відображення, в якому читач має побачити свій власний спосіб життя. І видавцю нічого не залишається, як пропагувати той чи інший, але обов'язково позитивний, здоровий та активний стиль життя.

«Футбол» –український спортивний журнал, що виходить у Києві двічі на тиждень, заснований 1996 року. Одне з провідних футбольних видань України з накладом 99 100 примірників. Це видання є флагманом української футбольної преси.

У журналі часто можна знайти публікації європейських футбольних експертів. Тут друкується чимало аналітичних статей, робиться огляд футбольних матчів чемпіонату України, Росії, Німеччини, Англії, Італії тощо. На сторінках видання тема висвітлюється не з допомогою професійних термінів, важких для розуміння, а зрозумілими мовними конструкціями та емоційно насиченою лексикою.

У журналі майже всі тексти супроводжуються ілюстративним матеріалом. На сторінка видання можна знайти постери відомих гравців і команд.

Нерідко виходять спецвипуски видання, присвячені різним нерядовим подіям (Чемпіонат світу чи чемпіонат Європи, Ліга Чемпіонів, Ліга Європи).

Інтерв'ю відомих футболістів присвячені розкриттю теми футболу, представленню читачеві різноманітних футбольних команд. Трапляються і публікації з історії футболу. Вся інформація проілюстрована великою кількістю фотографій: це і портрети, і екстер'єри, панорамні фото та ін.

Отже, проаналізувавши журнал «Футбол», зазначимо, що він присвячений висвітленню вузької, але досить розгалуженої, популярної тематики, спрямованої на розкриття актуальних питань: історії футболу, видатним футболістам, футбольним командам, футбольним подіям тощо.

Література

1. Донской Д. Б. Роль и место спортивной журналистики в системе СМИ : дис... на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / Донской Дмитрий Борисович. – М., 2005. – 276 с.

2. Слюсаренко Е. А. Специализированные журналы о спорте : типологические и профильные характеристики : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / Е. А. Слюсаренко. – М., 2003. – 26 с.

Кондратенко Юлія
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО СКЛАДНИКА ЖУРНАЛУ «МАШИНЫ И МЕХАНИЗМЫ»

Науково-популярні журнали як сегмент журнальної періодики користуються великою популярністю серед читачів. Поява великої кількості журналів вимагає розуміння візуальних складників видання та його функціонування, де візуальні складники – це сукупність постійних художніх, текстових, декоративних, кольорових та інших елементів оформлення. У видавничій галузі саме візуальні (графічні) складники видання виокремлюють його серед

інших, стають орієнтиром для читача. Вони упорядковують та систематизують інформацію на шпальті.

Питанню дослідження елементів оформлення в журналах займалися такі вчені, як А. Акопов, Г. Дзюбенко, С. Ярема, З. Корконосенко, С. Галкін, В. Ляхов, В. Тулупов, Н. Гончарова, В. Шевченко та інші. Однак функціонування елементів оформлення як комплексу, що визначає архітектоніку науково-популярного журналу, потребує детальнішого вивчення та аналізу. Саме в цьому полягає актуальність дослідження.

Мета публікації: комплексне дослідження системи позатекстових засобів, їх функцій, структури та оформлення в сучасному науково-популярному журналі «Машины и Механизмы».

Елемент оформлення (позатекстовий засіб) – одна зі складових частин зовнішньої форми періодичного видання (наприклад, текстовий шрифт, міжколонкові пробіли, лінійки тощо), якій властива певна функція при передаванні змісту і має власне призначення та низку специфічних ознак, які дозволяють виділити даний елемент з усієї системи оформлення [1, с. 10].

Елементи оформлення (позатекстові засоби) можна розділити на такі основні групи: шрифтові, пробільні, декоративні та зображальні. До декоративних елементів відносять: лінійки, повні або неповні рамки; різноманітні фігурні елементи (зірки, складні візерунки, символічні й орнаментальні прикраси); плашки, підкладки; ініціали (буквиці); логотипи. До зображальних елементів відносять: фотографічні, штрихові ілюстрації, портрети та інфографіку. Усі ці елементи оформлення журналу вступають у певні зв’язки між собою, що впорядковує різнорідні матеріали і надає цілісності журнальній сторінці й виданню загалом. Виділяють чотири типи зв’язків між елементами оформлення: образно-смислові, просторово-пластичні, матеріально-функціональні та декоративні. Саме вони створюють видання, що сприймається читачем як єдність змісту та художнього оформлення [2, с. 107].

Роль елементів оформлення в журналі надзвичайно різноманітна. Вона визначається тими значеннєвими, функціональними, архітектонічними, композиційними, конструктивними й іншими зв'язками, завдяки яким один журнал відрізняється від інших. Титульний шрифт, наприклад, використовується для набору заголовків (функція), виділяє їх (призначення), характеризується кеглем, накресленням і малюнком. Лінійки використовуються для виділення, відокремлення або об`єднання інших елементів і характеризуються малюнком та товщиною [2, с. 110].

Досліджуючи позатекстові засоби в науково-популярному журналі «Машины и Механизмы», можна зазначити, що у виданні використовується багато елементів оформлення таких, як шрифтові, декоративні, зображальні, інфографічні, колірні тощо. Простежується певна закономірність у шрифтовому оформленні видання. У журналі в середньому використовуються 4-5 гарнітур. Найпоширеніша – Calibri, якою набраний основний текст, назви рубрик і колонцифри. Заголовки подаються шрифтом напівжирного накреслення, основний текст – шрифтом світлого прямого накреслення. Курсив, який виконує видільну функцію, застосовується для складання цитат і підзаголовків. Курсивним напівжирним накресленням складають імена та прізвища людей, назви подій і речей тощо, все те, на що читачу необхідно звернути увагу.

Також у виданні використовуються лінійки різної насиченості: тонка світла (міжшпальтна), світла напівжирна (для відбиття матеріалів добірки), світла жирна (для виділення добірки всередині блоку), жирна (для позначення блоку на сторінці). У виданні чимало прикладів використання рамок. Є прості, фігурні рамки, з тінню, заокруглені, надруковані виворіткою, прикрашені фігурними та декоративними елементами тощо. Разом із рамками, лінійками та малюнками, використовують також фігурні елементи. У журналі вони виконують декоративну та роздільну функції, частіше за все їх можна побачити в анонсах, рубриках коротких повідомлень, замість підзаголовків. Варто також зазначити, що в журналі використовуються ліхтарики. Вони привертають увагу читача до початку матеріалу,

який відокремлений від попереднього лише збільшеним проміжком, а також застосовується і як оздоблювальний засіб, особливо, коли на сторінці нема зображальних елементів.

У журналі можна побачити безліч ілюстрацій, як фотографічних, так і штрихових, і навіть інфографіку. Активно використовуються не тільки повноколірні зображення, але й чорно-білі та ілюстрації у фільтрі «сепія», намальовані від руки, тощо. Інфографіка представлена таблицями, діаграмами, графіками, схемами, «таймлайнами», «бар-чартами».

Можна зробити висновки, що видання «Машины и Механизмы» наповнене великою кількістю позатекстових засобів, які формують архітектоніку журналу, справляють позитивне враження на читача. Завдяки інформаційній графіці, ілюстраціям будь-якого типу та виду, розділовим, фігурним та іншим декоративним елементам дизайнерам вдалося закцентувати увагу читача на важливих моментах у журналі, виділити найцікавіше з-поміж великого обсягу інформації, сформувати позитивне враження від видання загалом.

Література

1. Галкин С. Оформление газеты и журнала : от элемента к системе / С. Галкин. – М. : Наука, 1984. – 152 с.
2. Тулупов В. Дизайн периодических изданий / В. Тулупов. – СПб. : Изд- во Михайлова В. А., 2008. – 224 с.

Міщенко Світлана
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

ТЕКСТУАЛЬНІ ЗАСОБИ ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ЖУРНАЛЬНИХ ВИДАННЯХ «MAXIM» ТА «COSMOPOLITAN»

Останнім часом досить поширеною та популярною є гендерна тематика. Без гендерного підходу, тобто без з'ясування ролі жінки й чоловіка в сучасному житті, тих специфічних внесків, які кожний з них робить у розвиток суспільства, неможливо сьогодні уявити будь-яке серйозне наукове дослідження. Питанням вивчення ґендеру та ґендерних стереотипів, зокрема в засобах масової інформації, займалися такі зарубіжні та українські вчені, як А.В. Кириліна, О.А. Вороніна, Н.І. Ажгіхіна, С.С. Скорнякова, О.І. Горошко, О.І. Семиколєнова, І.Б. Кіянка, Н.М. Сидоренко, Т.В. Данильченко та інші.

Актуальність публікації визначається дослідженням взаємодії ґендеру і мови через вивчення ґендерних стереотипів, відображених у текстах сучасних українських глянців.

Термін «гендер» був введений у вживання в поведінкових і соціальних науках з метою відрізнити поняття, що позначається ним, від поняття статі.

За визначенням Е. Гідденса, гендер – це змодельована суспільством та підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та відносин жінок і чоловіків, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі [1].

Кожен із дослідників намагається дати своє визначення поняттю «гендер», але всі вони так чи інакше спираються на розподіл ролей чоловіка та жінки в суспільстві, родині чи роботі. Гендер існує для того, щоб певним чином розділити обов'язки чоловіка та жінки в соціумі, надати для них такі характеристики, які не могли б перетинатися.

Про експлікацію гендеру в сучасних україномовних засобах масової інформації можна говорити, починаючи з того, що існують видання, призначені для чоловіків та жінок. Тобто вже тут яскраво класифікується гендерний поділ.

Якщо говорити про видання, які орієнтовані як на чоловіків, так і на жінок, то варто сказати, що вони переповнені гендерними поняттями та гендерними стереотипами. Саме гендерні стереотипи ще й досі панують у пресі та продовжують формувати уявлення про чоловіків і жінок. Зокрема, триває процес нав'язування і пропаганди традиційних ролей

чоловіка та жінки в суспільстві: кар'єра – це для чоловіків, а для жінок – домашнє господарство, хоча останнім часом такі твердження починають руйнуватися.

Цікава закономірність була помічена при огляді жіночого журналу «Cosmopolitan». У ньому дуже яскраво виражені ґендерні стереотипи, які представлялись як факти. Зустрічаються такі вислови, як «чисто по-женски» або «Особенности мужского подаркодарения». Жінки повністю протиставляються чоловікам як абсолютно інші істоти, з інакшим типом мислення, цінностями та поглядами. Чоловіки тут менше схильні до стабільних стосунків або взагалі бояться їх: «7 причин, почему мужчины буксуют в отношениях». Жінки натомість висвітлюються як ірраціональні: «Зачем мы покупаем ненужные вещи и как прекратить это делать», обмежені досить вузьким колом інтересів: краса, стосунки, інтим (Cosmopolitan. – 2016. – Лютий). Щодо ролі жінки, то тут помітні деякі зрушення від традиційних уявлень: «дівчина Cosmo» проявляє неплатонічну активність, зацікавленість, як і чоловік, схильна до полігамії. Втім, для неї в таких стосунках важливі почуття, емоційний фактор та романтика.

У чоловічому журналі «MAXIM» жінка – це об'єкт бажання, не обтяжений інтелектом. На сторінках журналу зустрічається відвертий сексизм: «Чтобы получить работу, женщины прибегают к хитрости: одни рождаются дочерьми бизнесменов с надеждой унаследовать бизнес родителей, другие вступают в интимные связи с начальством. Мы предлагаем третий, но самый честный и действенный способ найти работу. И для начала ожидаем снимки девушек в белье в полный рост по адресу...» (MAXIM. – 2016. – Січень). Жінки в «MAXIM» не сприймаються серйозно, це підтверджує також той факт, що інтерв'ю з жінками (які є моделями, співачками або акторками) супроводжуються їхніми відвертими фотографіями та сексуальним підтекстом у розмові. Саме інтерв'ю стосується переважно зовнішності жінок. Інтерв'ю з чоловіками мають більш формалізований характер і, звичайно, ніякого сексуального підтексту. Розмова в них зосереджується навколо професійної діяльності чоловіка.

Все частіше серед інформаційного потоку трапляються якісно нові статті, у яких розповідається про професійну реалізацію жіночої половини в суто «чоловічих» сферах. У текстах таких журналістських матеріалів жінку характеризують як лідера, інколи з маскулінним маркером «босс»: «Этот генерал в юбке любит приключения и авантюры, интересных людей и шумные компании» (MAXIM. – 2016. – Січень).

Отже, журнали «Cosmopolitan» і «MAXIM» є ґендерно упередженими. Вони однаковою мірою відтворюють ґендерні стереотипи всіх трьох видів: маскулінності-фемінності, соціальних ролей та змісту роботи чоловіків і жінок. І хоч «Cosmopolitan» пропагує образ сучасної незалежної жінки, «дівчина Cosmo» продовжує виконувати традиційні ґендерні ролі: хатня робота і надалі залишається сферою її компетенції, «MAXIM» і не намагається бути «прогресивним», особливо відносно становища жінки в суспільстві.

Література

1. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа [Електронний ресурс] / Н. Ажгихина. – Режим доступу : http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/149602/2802.html

2. Мельник Т. Гендерна політика в Україні [Електронний ресурс] / Т. Мельник. – Режим доступу : http://www.genderna-politika-v-ukrayini.html

Саламатіна Анна
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викл. Микитів Г. В.

ОФОРМЛЕННЯ СЕРІЙ ВИДАНЬ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ: АНАЛІЗ ДОСВІДУ ВИДАВНИЦТВА «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА»

Об'єктами художнього оформлення видання є всі елементи книги – обкладинка, шрифт, титульний аркуш, початкова та кінцева шпальти тексту, кожен з яких має свої особливості і

створюється з допомогою певних виразних засобів. Сукупність цих засобів, їх гармонійне поєднання і взаємодія сприяють створенню цілісного ансамблю книги.

Серії книг випускаються, як правило, в типовому оформленні. Видання (випуски) серії повинні мати однаковий формат, єдині принципи конструкції зовнішнього та внутрішнього оформлення.

Мета тез – аналіз особливостей оформлення серійного видання «Гаррі Поттер і таємна кімната» видавництва Івана Малковича «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» .

Питання оформлення серійних видань ще не достатньо досліджене і вивчене, тому ця тема, на сьогодні, є актуальною.

Незважаючи на те, що такі дослідники, як О. Афонін, Є. Захаров досліджували характеристики та вимоги до оформлення і створення серії видань, до серії книг часто висувають такі вимоги, що характерні одній книзі. Звісно, розглядаючи серію в розрізі, тобто оцінюючи кожну окрему книгу, критерії оцінки повинні спиратися на один примірник, але при цьому не можна забувати, що це видання з серії і деякі характеристики можуть мати розбіжності з одиночними виданнями на користь серійним.

Існує багато трактувань і розумінь книжкової серії. Енциклопедичний словник з книгознавства трактує серію як «сукупність видань, об'єднаних спільністю задуму, тематики, цільовим або читацьким призначенням, котрі виходять під загальною назвою серії, як правило, в однотипному оформленні» [1]. Книжкові серії є свідченням видавничої культури, дають можливість читачеві глибоко і систематично знайомитись із проблематикою, що його цікавить.

Найважливіша ознака серійних видань – актуальність, пов'язана з оперативністю їх випуску та розповсюдження [2].

Простежимо особливості оформлення серійної книги Джоан Керол Ролінг«Гаррі Поттер і таємна кімната» видавництва Івана Малковича «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» на дотримання видавничих норм.

Книга «Гаррі Поттер і таємна кімната» з серії про пригоди Гаррі Поттера 2 книга з серії. Рік видання – 2002. Кількість сторінок 344. Папір книжковий, гарнітура «Таймс». Місто випуску – Київ.

Обкладинка зроблена з ущільненого картону високої якості. На ній поєднано три шрифти. Перший, використаний для підпису ініціалів автора, – Times New Roman, 14 кегель, курсивне накреслення. Колір напису білий. Другий, використаний для підпису назви книги «Гаррі Поттер і таємна кімната», – оригінальний великий шрифт із декоративними засічками і візерунками у вигляді округлих ліній та різких прямих, схожих на блискавки. Перші два слова подані більшим розміром шрифту зі збільшеним міжлітерним проміжком. Слова написані золотим кольором із використанням таких ефектів, як тінь, контур та бліки. Третій, розташований знизу в червоній прямокутній рамці з заливкою, використаний для підпису назви видавництва. Це декоративний шрифт, який зазвичай використовується для оформлення дитячих видань. Наявні округлі форми літер і їх неоднаковий нахил. Колір білий.

Фон обкладинки градієнтний, змінюється зверху донизу із насиченого зеленого до жовтого. Наявні ілюстрації. Це хлопчик, одягнений у жовтий пуловер та сині брюки (головний герой), що летить на помаранчевому велетенському птахові. За поясом у нього довгий меч, що надає образу хлопчика дитячої войовничості. На задньому плані розташовані ілюстрації, наділені магічним змістом. Це старовинний замок із високими вежами, білий місячний серп, хлопчики і дівчатка, що літають уві сні на своїх подушках.

Основний текст надрукований шрифтом Times New Roman, 14 кеглем, що відповідає вимогам оформлення видань для дітей. Кожний розділ підписаний зверху сторінки курсивом, усі букви великі, кегель16. Напис про розділ зліва і справа виділяється прямою рискою. Назва розділу написана великими літерами, курсивом, напівжирним накресленням, знизу під номером розділу, кегель 18.

Основний текст поділений на абзаци, наявні діалоги. У тексті окремі фрази написані великими буквами. Це зроблено з метою привернення уваги та передачі емоційного стану героїв. Наявні відступи від теми, що подаються з метою кращого подання опису або подій, що відбудуться в майбутньому. Ці відступи виділяються від основного тексту зірочкою.

Позаду книги поданий зміст із колонцифрою, номером розділу та його назвою. Усі ці дані подаються різними кеглями і накресленнями. Номер розділу поданий курсивом, далі надрукована назва розділу, де всі літери великі, знизу номер сторінки. Слово «Зміст» подане жирним накресленням зверху сторінки посередині. Кожна буква – велика.

Знизу посередині сторінки подається її номер, з двох боків виділений рискою.

Зверху посередині шрифтом Calibri, 12 кеглем, поданий колонтитул. На лівій сторінці – це ім'я головного героя – Гаррі Поттер. На правій сторінці – назва розділу.

Отже, варто зазначити, що оформлення обкладинки та основного тексту в серійному виданні «Гаррі Поттер і таємна кімната» має спільні риси з усіма іншими книгами серії, і відповідає вимогам однотипності в оформленні серійного видання.

Література

1. Энциклопедический справочник / [Л. Н. Белова, Г. Н. Булдаков, А. Я. Дегтярев]. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1992. – 687 с.

2. Беспалова А. Г. История мировой журналистики : учебник / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский.– М. ; Ростов/нД. : Издательский центр «МарТ»,2003. – 432 с.

Сігарьова Ірина
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г. В.

ОФОРМЛЕННЯ РУБРИКАЦІЇ В ГАЗЕТІ УНС «СВОБОДА»

У сучасному світі ніяку людину вже неможливо здивувати друкованим виданням. Тим паче, що вони поступово відходять на другий план. Їх витісняють електронні видання, які подають інформацію з неймовірною оперативністю. Все ж періодичні видання ще мають свого читала у світі. Тому редакціям газет варто звертати увагу на те, як краще оформити видання. Особливу увагу читача привертає система рубрикація. Оформлення рубрик має бути в міру стриманим та яскравим. Головна їхня мета – це створити зрозумілий поділ сторінок, аби реципієнт міг швидко зорієнтуватись у даних та зрозуміти, яка інформація буде подаватись на сторінці. На сучасному рівні розвитку газетної справи у світі є дуже важливим вміти естетично та правильно верстати газету, особливо це стосується рубрикації видання. Рубрика у виданні має бути як яскравою, так і спокійною, не відволікати від матеріалів на шпальті, адже це друге, після назви газети, на що звертає увагу реципієнт.

Тему рубрикації періодичних видань досліджували такі відомі дослідники, як З. В. Партико, А. Е. Мільчин, В. Е. Шевченко, В. Ф. Іванов, А. Є. Лазаренко, В. В. Попов, Н. М. Сікорський, С. М. Гуревич, М. Д. Феллер та багато інших. Вони досліджували рубрикацію у друкованих ЗМІ, а саме: оформлення рубрик, їх значимість та якими мають бути загальноприйняті рубрики. Однак оформлення рубрик у газеті «Свобода» на сьогодні висвітлене недостатньо.

А. Е.Мільчин виділяє декілька пояснень до поняття рубрика: 1)підрозділ тексту твору (частина, розділ, глава, параграф); 2)структурна одиниця допоміжного покажчика, що складається в найбільш повному вигляді з заголовка, підзаголовка, анотації або коментаря і адресних посилань; 3)тема всередині твору або заголовок групи творів (відділу) періодичного або триваючого видання [3, с. 407].

З. В. Партико виділяє види рубрик залежно від того, чи відтворюють рубрики тему композиційної одиниці: тематичні, напівнімі танімі. У тематичних рубриках відтворюють тему композиційної одиниці; у напівнімих – зазначають лише назву рівня, до якого належить одиниця, та її порядковий номер (Частина N, Розділ N, Підрозіл N); у німих – спеціальними

засобами (спуском, порожніми рядками, зірочками тощо) лише фіксують, що в цій позиції є рубрика. Уважають, що абзацний відступ, який розділяє надфразна єдність, також є німою рубрикою [4].

За В. Ф. Івановим рубрики бувають постійні, тимчасові, епізодичні [2, с. 35]. Постійні живуть у газетах незмінно або тривалий час. Тимчасові потрібні лише на певний час, вони пов'язані з політичною або економічною кампанією або ж мають сезонний характер. Тимчасові рубрики з'являються тоді, коли починається кампанія, і зникають, коли вона закінчується. Епізодичні уточнюють характер окремих публікацій і цим звертають увагу читача на порушуване газетою питання. З'явившись у якомусь номері газети, така рубрика, як правило, більше не повторюється [2, с. 35].

На практиці багато дослідників аналізували українські газети, томи ми вирішили простежити, як оформлюють рубрики у світових газетних виданнях української діаспори, зокрема газети «Свобода» за грудень 2015 року.

«Свобода» – найстарша у світі україномовна газета, що виходить безперервно (з 1893 року). Перша українська газета у США, одна з найстаріших українських газет у діаспорі. Офіційний органУкраїнського Народного Союзу. На американському континенті «Свобода» є представником ідеї об'єднання всіх українських земель у єдиній Українській державі. Вона також інформує читачів про місцеві проблеми, допомагаючи емігрантам пізнавати, розуміти нову країну, інтеґруватися в її суспільство [1, с. 65].

Аби реципієнтам були простіше користуватись виданням, редакція пропонує детальну рубрикацію. При аналізі грудневих випусків видання не було помічено великої зміни в оформленні рубрик. Якщо слідувати класифікації В. Ф. Іванова, то у виданні переважають постійні рубрики, наприклад, «Америка і світ», «Україні за тиждень», «Історія», «Життя громади» та інші. Також присутні тимчасові – «З редакційної пошти», «Новини літератури та мистецтва», «Новини з українського католицького університету», «Новини з університету «Острозька академія»». Ці рубрики виходять тоді, коли є до них матеріал. Одноразових рубрик не було помічено.

Оформлюються рубрики у виданні звичайно. Сама газета виходить у чорно-білому форматі, інколи трапляються кольорові сторінки, але переважно це реклама. Рубрики оформлюються в чорному та світло-сірому кольорах. Розміщуються вони у верхньому правому чи лівому кутку залежно від номера шпальти. Перше слово виділене чорним кольором, інші – світло-сірим. Сама назва рубрики написана великими літерами, а під нею є декоративна лінійка, розтягнута на всю довжину шпальти. Ця лінійка також світло-сірого кольору.

Особливу увагу привернула постійна рубрика «Історія». Назва написана меншим шрифтом, ніж основні рубрики, проте чорним кольором. Має декоративну лінійку, якою підкреслюється лише слово.

Отже, рубрики в газеті «Свобода» оформлені згідно з вимогами і виконують функцію орієнтування читача у змісті сторінки.

Література

1. Губарець В. Українська етнічна преса США і Канади : історія і сучасність / В. Губарець // Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 22. – С. 60-68.

2. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В. Ф. Іванов. – К. : Знання, 2000. – 226 с.

3. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справоник / А.Э. Мильчин. – М. : ОЛМА-Пресс, 1998. – 558 с.

4. Партико З. В. Рубрикаційні норми редагування повідомлень. [Електронний ресурс] / З. В. Партико. – Режим доступу :http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=337

Трускало Юлія
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г. В.

СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРЗАЦА У ШКІЛЬНИХ ПІДРУЧНИКАХ

Форзац усе частіше стає предметом редакторського опрацювання. Якщо для видавця цей складник книги виконує роль, образно кажучи, своєрідного з'єднувально-скріплювального містка між оправою та книжковим блоком, то для редактора це передусім складник художнього оформлення, який потребує ретельного редагування. У шкільних підручниках це зазвичай таблиці, формули, топографічні карти, узагальнюючий довідковий матеріал, який потребує найперше бездоганної точності й естетичної привабливості. Домінує текстова частина форзаців і в науково-популярних виданнях.

Форзац є елементом конструкції книги в палітурці, а не текстовою її частиною. Існує багато видів форзаців, основний вид – подвійний, сфальцьований в один згин аркуш паперу, одна сторона якого приклеюється до внутрішньої сторони картонної сторони палітурки (спереду і ззаду книжкового блоку) й усуває викривлення картонних сторін, що виникає під дією покривного матеріалу. Інша сторона форзаца залишається вільною і призначена для захисту першої й останньої сторінок тексту [4, с. 155].

Форзац досліджували українські та зарубіжні вчені. Зокрема, В. Ткаченко, З. Партико та Д. Пікок подають визначення терміна «форзац», М. Низовий та А.Мільчин витлумачують форзац та розробили його класифікацію, В. Маїк розподілив форзац на види та охарактеризував, описав правильність його виготовлення, А. Джонсон визначив види форзаца та розробив вимоги до їх виготовлення. Дослідник С. Добкін висловив необхідність використання форзаца у всіх, без винятку, книгах.

За визначенням В. Ткаченка форзац – два аркуші розміром з розгорнуту книгу кожен. Один із них (передній форзац), згинають удвічі по ширині, приклеюють вузькою смужкою (приблизно 5 мм) уздовж згину до кромки корінцевого поля першої сторінки першого зошита блока, а інший (задній форзац) – до кромки корінцевого поля останньої сторінки останнього зошита, тобто він з'єднує книжковий блок з палітуркою [3, с. 10].

М. Низовий наводить подібну дефініцію: форзац – елемент видання з цупкого паперу, що з'єднується з палітуркою. Інакше кажучи, форзац – це аркуш цупкого паперу розміром в розгорнуту книгу, який з'єднує, скріплює палітурку з книжковим блоком. В кожному палітурному виданні є форзаци – передній і задній, які з'єднують з книжковим блоком передню і задню частини палітурки [2, с. 95].

Найголовніша функція, яку виконує форзац, – це з'єднання і утримання книжкового блоку і палітурки [1].

Форзац використовується як елемент художнього оформлення. На ньому можуть бути поміщені малюнок, орнамент, візерунок, текст, пов'язані зі змістом книги. Навіть самий колір форзаца може бути використаний для того, щоб зв'язати оформлення обкладинки і титульного аркуша. Своєрідним різновидом візерункового форзаца є форзац з тисненого паперу [4, с. 156].

Проаналізуємо оформлення форзаца в підручниках для другого класу. Усі форзаци є тематичними, здебільшого суцільнопаперовими і за змістовим наповненням відповідають віковим категоріям, для яких призначені підручники.

Одним із проаналізованих є підручник «Літературне читання» для 2 класу, формат якого – 70х100/16, форзац тематичний, суцільнопаперовий. Передній форзац різнокольоровий, має жовтий колір, який асоціюється з радістю, бадьорістю; блакитний – з небом, зменшує відчуття тривоги; рожевий – з квітами, впливає заспокійливо; задній форзац – декоративно-орнаментний, різнокольоровий. Змістове наповнення переднього форзаца – схеми та малюнки, які допоможуть дітям зрозуміти зміст народних казок. На задньому форзаці наведені персонажі з казок, які діти вже вивчили.

Також був проаналізований форзац у підручнику «Основи здоров'я» для учнів 2 класу. Формат книги – 70х100/16; форзац – тематичний, приклеєний. Задній форзац є продовженням переднього. На них зображені пори року: на передньому – літо, на задньому – зима. Форзаци заповнені дітьми, які грають в розвиваючі ігри, пов'язані з відповідною порою року. Зображено декоративні елементи: літо – квіти, листочки; зима – різні фігурні сніжинки.

У підручнику з англійської мови «English», 2 клас, форзац тематичний, формат книги – 70х100/16. Передній форзац – суцільнопаперовий. На ньому зображені англійські голосні звуки. Зліва на кожній стороні форзаца в транскрипції розміщені голосні та наведені слова, в яких вони вживаються. Щоб дітям було легше запам'ятовувати переклад, до кожного слова подана ілюстрація. Задній форзац – складений. Зображено англійські приголосні звуки, які відмінні від українських, приголосні написані в транскрипції, наведені слова в яких вони вживаються. У центрі форзаца з правого боку написані назви пір року англійською мовою. По краях – місяці на аркушах календаря, які відповідають певній порі року.

У «Математиці» для 2 класу форзац тематичний, формат книги – 70х100/16. Передній форзац – суцільнопаперовий. Ліва сторона переднього форзаца поділена на два блоки, які містять у собі правила додавання та віднімання. Перший блок – «Додавання та віднімання», другий блок – це «Способи додавання та віднімання». Форзац правої сторони має один блок, який містить правила множення та ділення, формули, приклади. Колір заднього форзаца також білий. На ньому розміщені геометричні фігури: кути, трикутники, прямокутники, багатокутники і коло. Кожна фігура має назву, назву кутів і формулу, як визначити периметр. Також на форзаці позначені величини: часу, довжини, маси, місткості.

Отже, форзац – це аркуш паперу, що з'єднує книжковий блок з палітуркою, головна функція якого – захищати від забруднень. Тому дуже важливо вибрати для нього якісний папір.

Література

1. Енциклопедичний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.endic.ru/enc-big/Forzac-6408.html
2. Низовий М. Вступ до книгознавства / М. Низовий. – К. : Кондор, 2009. – 144 с.
3. Ткаченко В. Енциклопедія видавничої справи / В. Ткаченко. – Харків : Прапор, 2008. – 320 с.
4. Добкин С. Оформление книги. Редактору и автору / С. Добкин. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Минск : Книга, 1985. – 208 с.

Філь Олександра
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г.В.

АРХІТЕКТОНІКА ЛІДУ ЯК ЗАСОБУ КЕРУВАННЯ ЧИТАЦЬКОЮ УВАГОЮ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ УНС «СВОБОДА»

Лід як один із елементів заголовкового комплексу в періодичному виданні – важливий засіб привертання читацької уваги. Стислий виклад основного повідомлення у тексті чи інтригуючий заклик спрямовані спонукати до продовження читання.

Важливою проблемою є не тільки необхідність вдалого смислового повідомлення в ліді, а й особливості його оформлення на шпальті. Майстерно розставлені акценти впливають на підсвідомість читача під час перегляду сторінок видання і примушують зупинити погляд і ретельно вивчити матеріал.

Проблемою архітектонічних елементів періодичних видань, і зокрема – лідів, займалися дослідники: А. Євграфова, М. Кім, В. Михайленко, М. Тимошик В. Шевченко та інші.

Метою публікації є дослідження лідів до матеріалів в комплексі архітектонічних елементів у тижневику української народної спілки в Америці «Свобода», зокрема з погляду

змістового наповнення та композиційно-структурної ролі як засобу привернення читацької уваги.

Проаналізована нами щотижнева газета «Свобода» є зразком української діаспорної преси, тож її дослідження надає можливість простежити особливості оформлення та змістового наповнення лідів протягом існування видання, а також з'ясувати, чи відрізняються прийоми керування читацькою увагою у вітчизняних виданнях.

Дослідник М. Кім називає лід «активним початком» тексту та зазначає необхідність монтажу тексту під час вибудовування композиції газетної шпальти. Функціональне призначення ліду – привернення уваги аудиторії до інформації. З цією метою в одних випадках тільки згадується основна канва події, в інших – дається інтригуюча подробиця, по-третє – використовується яскрава деталь, по-четверте – ставиться риторичне питання і т.д. Вибір ліду залежить від характеру самого повідомлення і тих цілей, які ставить перед собою журналіст [2, с. 171]. Таким чином, лід можна назвати успішним інструментом штучної концентрації читацької уваги.

Ліди, як правило, містять ключові слова, тобто такі, які є стрижневими для структури контексту. Ці ключові компоненти ліду можуть слугувати мовленнєвим позначенням його ідеї, співвідноситися з його темою. …Лід як компонент структури тексту виконує різні функції, і головною ознакою його є те, що він просякає у зміст [1, с. 196].

Особливістю ліду як архітектонічного елемента є його одночасна приналежність до заголовкового комплексу та текстової частини. Лід може виконувати функції підзаголовка та одночасно виступати в ролі першого абзацу, впливаючи на ритм та структуру подальшого повідомлення. В. Шевченко зазначає: «Схожою на лід буває виділена особливим накресленням шрифту, а іноді й форматом, початкова частина публікації або перша фраза. Таке виділення замінює не лише підзаголовок, а й сам лід» [3, с. 50].

На сторінках тижневика «Свобода» рідко можна зустріти підзаголовки, їх відсутність компенсується наявністю різноманітних лідів. Найчастіше зустрічаються такі типи: лід-розповідь, лід-тимчасове замовчування, лід-цитата, лід, що провокує та лід-питання.

Лід може бути виділений пробілами, фігурними або кутовими лінійками, рамкою, вертикальною або горизонтальною лінійкою, розташований на підкладці, бути виворітним, відкреслюватися вертикальною лінійкою, поєднуватися із зображальними елементами, бути виворітним на висоту матеріалу або просто виділятися виключкою [3, с. 50]. У сучасній газеті «Свобода» використовується напівжирне виділення лідів, курсивне накреслення та окремий шрифт.

Думки дослідників архітектоніки періодичних видань, безперечно збігаються на тому, що зміст і форма є невіддільними, архітектонічні елементи постійно формують багаторівневі зв'язки, та будь-які зміни окремих елементів не можуть пройти, не зачепивши усе видання. Дослідниця А. Євграфова розглядає лід як «складову тексту, яка має всі або більшість суттєвих ознак, що характеризують ціле. Суттєвими ознаками тексту виступають, як відомо, тематична, смислова та стилістична єдність, комунікативна направленість, зв'язність, цілісність. Апріорі всі ці ознаки, але з різним ступенем повноти, має і лід» [1, с. 195].

Отже, лід – складний елемент, своєрідний зачин журналістського тексту та може знаходитися на перетині співіснування декількох архітектонічних комплексів. За допомогою лідів читач має змогу швидко зорієнтуватися у проблематиці тексту, зрозуміти тему та визначитися, чи необхідно продовжувати читання. Лід звертає на себе увагу, виконує функції підзаголовка та першого абзацу тексту, може впливати на емоційний стан читача, заохочувати його до прочитання основного матеріалу. Ознайомлення з лідом можна назвати проміжним етапом сприйняття матеріалу між заголовком і текстом.

Література

1. Євграфова А. О. Лід як компресована форма мовлення // А. О. Євграфова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Сер. Филология. Социальные коммуникации. – Т. 21(60). – 2008. – № 1. – С. 194-198.

2. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения : учебное пособие / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 320 с.
3. Шевченко В. Е. Система рубрикації газети – основа її архітектонічної організації // В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2003. – Т.13. – С. 45-50.

Шека Єлізавета
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г. В.

ДОВІДКОВО-ПОШУКОВИЙ АПАРАТ ЯК ЗАСІБ ОРІЄНТАЦІЇ ЧИТАЧА У СТРУКТУРІ НАВЧАЛЬНОГО ВИДАННЯ

Навчальні видання займають особливе місце серед усіх типів друкованої продукції. Їх зміст має бути чітким, зрозумілим та добре структурованим. Крім того, читач за потреби повинен швидко зорієнтуватися у виданні, знайти ту інформацію, яка цікавить його. Саме тому у структурі навчального видання велике значення має довідково-пошуковий апарат.

Значний внесок у дослідження навчальних видань зробили С. Г. Антонова, О. О. Гречихін, М. С. Тимошик та інші. Питання довідково-пошукового апарату як елемента видання розглянуте у працях А. Е. Мільчина, В. І. Сави, В. Е. Шевченко та інших.

Метою публікації є аналіз довідково-пошукового апарату посібника для вищої школи М. С. Тимошика «Книга для автора, редактора, видавця».

Навчальні видання відносяться до особливо складних у редакторській і видавничій діяльності. Цю ознаку виділяють С. Г. Антонова [1] та М. С. Тимошик [2]. Така складність, на думку дослідників, зумовлена їх змістовою та структурною специфікою. З одного боку, тексти для навчальних видань виконують чи не найвідповідальніші функції: інформаційну, пізнавальну, виховну – вони мають безпосереднє відношення до формування в читача не лише базових знань, а й основних етичних норм, моральних засад особистості. З іншого, такі видання потребують складнішої внутрішньої конструкції, вибудова якої значною мірою залежить саме від умінь і навичок як автора, так і його редактора [3, с. 301].

Інформативність видання залежить не лише від його змісту та оформлення, але й від систематизації та організації інформації, що робить видання зручним у користуванні. Елементи, що полегшують користування виданням, допомагають орієнтуватися в ньому, шукати необхідний матеріал, керують послідовністю читання, різнобічно розкривають зміст видання, формують його довідково-пошукову систему. Це:

- колонтитули, колонцифри;
- покажчики;
- словники;
- бібліографічні та інші списки;
- посилання, зноски;
- зміст [4, с. 475-476].

У посібнику М. С. Тимошика колонцифра знаходиться у складі колонтитула. Нумерація починається з шостої сторінки зверху із зовнішнього боку. Колонцифра не проставляється на шмуцтитулах та на сторінках, на яких розпочинається новий розділ. Колонтитул виключений по внутрішньому краю. Ліва сторінка містить номер розділу, а права – назву, набрану великими літерами. Колонцифру та колонтитул розділяє лінійка.

Наприкінці посібника поданий предметний покажчик. Найменування кожного елемента починають з нового рядка без абзацного відступу в алфавітному порядку. Номери сторінок розміщують після проміжку шрифтом тієї ж гарнітури, що й текст покажчика. Текст розбитий на дві колонки. Перед першим словом з нової літери зроблений відступ. А перша літера першого слова виділена напівжирним накресленням.

«Книга для автора, редактора, видавця» містить список рекомендованої літератури, розділеної на нормативні видання, довідкові, підручники та навчальні посібники, видання з окремих аспектів видавничої справи та редагування, зарубіжні видання. Перше слово

кожного бібліографічного опису виділене курсивом. Перелік літератури розміщений наприкінці видання.

Зміст у посібнику М. С. Тимошика «Книга для автора, редактора, видавця» знаходиться на початку. У ньому чітко простежується супідрядність заголовків, що досягається через розміщення заголовків різних щаблів із відступами. Заголовки довідково-допоміжних та додаткових текстів графічно відрізняються від заголовків внутрішньої частини видання. Номери сторінок вирівняні за правою межею та позначають лише номер сторінки, на якій починається текст.

Таким чином, при аналізі виявлено, що в посібнику М. С. Тимошика «Книга для автора, редактора, видавця» елементи довідково-пошукового апарату – колонтитул, колонцифра, покажчики та зміст – оформлені відповідно до вимог, що дозволяє швидко та легко орієнтуватися у структурі видання.

Література

1. Антонова С. Г. Редакторская підготовка изданий : учебник / С. Г. Антонова. − М. : МГУП, 2002. – 468 с.
2. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування : навчальний посібник / М. С. Тимошик – К. : Наша культура і наука, 2004. – 224 с.
3. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник. – [2-ге вид., стереотипне] / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
4. Шевченко В. Е. Художньо-технічне редагування : підручн. / В. Е. Шевченко. – К. : ПАЛИВОДА А. В., 2010. – 516 с.

Штепа Юлія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: ст. викладач Микитів Г. В.

ОФОРМЛЕННЯ ПЕРШОЇ СТОРІНКИ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНИХ ВИДАНЬ «СУББОТА ПЛЮС» ТА «МИГ»

Друковані ЗМІ забезпечують читача можливістю сприйняти матеріал різними ступенями: перегляд, вибіркове знайомлення та збереження інформації. Читачі надають перевагу оформленню, тобто дизайну преси. Редактори газет повинні дбати про естетичну сторону дизайну та про легке сприйняття інформації з перших сторінок видання [2, с. 36].

Питанням дослідження дизайну першої сторінки друкованого громадсько-політичного видання займалися такі дослідники, як В. Ф. Іванов, С. М. Гуревич, А. Е. Мільчин, С. І. Галкін та інші.

Метою тез є аналіз першої сторінки громадсько-політичних видань «Суббота плюс» та «МИГ».

Особливу увагу дизайнерів привертає перша сторінка газети. Це й зрозуміло – від дизайну цієї сторінки багато в чому залежить конкурентоспроможність газети. Тому так ретельно прораховують всі елементи цієї шпальти, їх розташування, величину, виділення і, насамперед титульну, заголовну частину шпальти [3, с. 86].

До основних елементів оформлення першої сторінки газети, які б допомогли у просуванні друкованого медіа продукту, відносять:

1. Логотип, який повинен відразу «впадати» в око читачеві і не «губитися» серед іншої інформації на сторінці.
2. Наступний елемент – ілюстрація на першій шпальті.
3. Зазначення ціни видання під логотипом газети. Це дасть можливість читачеві швидше її придбати, особливо коли ціна невелика.
4. Вказувати про додатки і програму телебачення поряд з логотипом. Більшість читачів надає перевагу придбанню газети,яка має тижневу програму ТБ. Особливо якщо це нове видання. А також розміщувати інформацію про додатки – це вирізняє видання привабливішим на фоні конкурентів.

5. Анонс номера є обов'язковим атрибутом упаковки газети. Також можна подавати анонс наступного номера на першій шпальті.

6. Над логотипом розміщувати творче кредо газети – принципи, які сповідує редакція.

7. Анонс сенсаційного матеріалу номера можна розміщувати над логотипом видання.

8. Дата виходу газети.

9. Адресу сторінки в мережі Інтернет.

10. Можна для того, аби підкреслити популярність видання, вказати тираж видання під логотипом [1, с. 67].

Аналізуючи першу сторінку газети «Суббота плюс», треба зазначити, що вона виконана яскраво, кольори добре поєднуються між собою та привертають увагу. Назва газети розміщується вгорі з лівого боку, вона не велика, виконана виворіткою, шрифт читабельний, без засічок, назва розташована на червоній підкладці, що дає змогу читачу прочитати назву. Під назвою на підкладці розташоване гасло газети «Главная газета Запорожья». З правого боку вгорі від назви газети розташований графічний елемент – зірка. Вона залита червоним кольором, на ній вказана рекомендована ціна білим кольором, шрифтом невеликого розміру. Під назвою видання зазначають календарні відомості: дату випуску газети, рік та номер газети від початку її існування.

Під календарними відомостями розташований анонс основних матеріалів номера. Він розверстаний на дві колонки, шрифт читабельний, без засічок, чорного кольору. У нижній частині анонсу з правого боку є графічний елемент, у якому вказана сторінка, на якій можна прочитати ці публікації. Біля другого заголовка розміщена фотографія, яка стосується цього матеріалу. Вона розташована на шпігелі.

По середині газети на всю ширину шпальти розміщена велика яскрава ілюстрація, яка стосується головної теми номера. На ній є вказівка «Тема номера», яка оформлена виворітним шрифтом і заключна в рамку. У верхньому правому кутку розташована назва матеріалу, подана червоним кольором із білим контуром. Всі букви великого розміру та виділені жирним накресленням. А в нижньому кутку шрифтом білого кольору подана коротка анотація публікації.

Під темою номера є два блоки з текстом. Перший блок, у якому є інформація про передплату газети, а в другому – інформація про газету в газеті «Гвозди». Там є логотип газети в газеті та два заголовки із вказівками на сторінку, де можна прочитати ці матеріали.

Перша сторінка газети «МИГ» дуже різнобарвна. Вона має багато блоків з малюнками та текстом, що заважає зосередити увагу на чомусь конкретному.

Вгорі шпальти розташовані три блоки з анонсами, кожен з них містить заголовок публікації, ілюстрацію, яка стосується саме тексту та номер сторінки, на якій можна причитати матеріали. Всі блоки без підкладок, шрифт заголовків без засічок, чорного кольору та виділений напівжирним накресленням.

Під анонсами розташована назва газети, яка займає дві колонки. Назва газети надрукована білим кольором на червоній підкладці, яка є окремою для кожної літери. На останній літері назви вказаний сайт газети. Шрифт читабельний, всі літери одного розміру, виділені курсивом. Ліворуч від назви зазначають тип газети, а саме, щотижневик, під ним є невелика ілюстрація із зображенням хлопчика, якого можна побачити в кожному випуску газети. Він, залежно від пори року, постійно змінює свій вигляд та стиль одягу. Під малюнком хлопчика вказують дату виходу номера та номер газети від початку існування газети.

Під назвою газети є жирна відбита лінійка зеленого кольору, на якій вказано сторінки приватних оголошень. Ця інформація є постійною.

Ще нижче розташовані два блоки із заголовками матеріалів, з ілюстраціями до них та номерами сторінок, на яких можна знайти ці матеріали. Далі бачимо великий яскравий блок із рекламою. Третю колонку газети займають п'ять блоків з анонсами та рекламою. Кожен блок містить ілюстрацію, назву публікації та сторінку де можна знайти цей матеріал.

У підвалі розташований великий блок на всю довжину шпальти з рекламою, залитий жовтогарячим кольором.

Отже, проаналізувавши газети можна зробити висновки, що перші сторінки видань мають яскравий привабливий вигляд, який читач може спостерігати і впізнавати на полицях газетних кіосків. Яскравий дизайн перших сторінок аналізованих видань дає змогу швидко сприймати інформацію та добре орієнтуватися в номері. Привабливими на першій сторінці є різнокольорові ілюстрації, які стосуються головного матеріалу, вони зацікавлюють читача і пропонують йому ознайомитися з цією публікацією. Назви газет є постійними та незмінними (шрифт та постійне місце заголовка) читач їх обов'язково помітить і впізнає «свою» газету. Ці газети є оригінальною моделлю сучасного видання.

Література

1. Галкин С. Оформление газеты и журнала : от элемента к системе. Общее и особенное в художественно-техническом конструировании периодических изданий / С. Галкин. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1994. – 152 с.

2. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети: курс лекцій // В.Ф. Іванов. – К. : Знання, 2000. – 226 с.

3. Шевченко В. Е. Оформлення сучасного газетного видання / В. Е. Шевченко // Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики / [за ред. В. В. Різуна]. – К. : Поліграф. д-ця Інституту історії України НАН України. – 2003. – 344 с.

Шубіна Луїза
студентка 2 курсу фак-тужурналістики
Наук. кер.: ст. викл. Микитів Г.В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УКЛАДАННІ ТА ОФОРМЛЕННІ СЛУЖБОВО-ПОШУКОВОГО АПАРАТУ ДОВІДКОВИХ ВИДАНЬ

Довідкове видання – видання, яке містить короткі відомості наукового або прикладного характеру, розташовані у порядку, зручному для їх швидкого пошуку, не призначене для суцільного читання [3, с. 11]. До довідкової літератури відносяться енциклопедії, довідники, словники тощо.

Енциклопедія – довідкове видання, яке містить в узагальненому вигляді основні відомості з одної або з усіх галузей знань і практичної діяльності, викладені у вигляді коротких статей, розташованих в алфавітному або систематичному порядку [2, с. 8]. Довідник – довідкове видання, що носить прикладний, практичний характер, має систематичну структуру або побудоване за алфавітом заголовків статей [5, с. 6]. Словник – довідкове видання, яке містить упорядкований перелік мовних одиниць (слів, словосполучень, фраз, термінів, імен, знаків), упорядкованих супровідними довідковими даними [3, с. 22].

Для довідкових видань матеріал відбирається, обробляється і систематизується відповідно до цільового призначення, яке передусім пов'язане із завданням дати відповіді на передбачувані питання потенційного читача. Читач отримує потрібну довідку, звертаючись до конкретної частини видання [4, с. 18].

Надаючи в стислій формі величезну кількість інформації, довідкові видання стають незамінними при вирішенні наукових, професійних питань, при самоосвіті або ж для задоволення допитливості. У сучасних умовах національного й культурного відродження особливого значення набувають проблеми забезпечення читацької аудиторії нашої країни високоякісними, бездоганними з науково-методичного та редакційно-видавничого боку довідковими виданнями, які б могли зробити пошук потрібної інформації швидким і зручним. Ця мета досягається за допомогою вдало використаних елементів службово-пошукового апарату [1, с. 13]. Важливе значення довідкової літератури та читацький інтерес до неї підтверджується постійним перевиданням довідкової літератури. У нові видання включають додаткові та змінені матеріали.

Науковці А. Е. Мільчин, С. Г. Антонова, М. С. Тимошик, Е. Н. Адамов досліджували елементи службово-пошукового апарату, проте особливості їх оформлення й укладання на сьогодні залишаються недостатньо вивченими.

Службово-пошуковий апарат дозволяє прискорити процес відшукання потрібного матеріалу, отримати роз'яснення окремих термінів і понять (коментарі). Передмова та післямова дозволяють більш повно розкрити проблему, якій присвячена книга, дають відомості про її автора. Анотації допомагають швидко скласти уявлення про видання, коли стоїть проблема вибору потрібної книги в бібліотеці або магазині.

Проаналізувавши службово-пошуковий апарат енциклопедій «Чудеса Світу» та «Літературознавчої енциклопедії», словників «Орфоепічний словник української мови» та «Великий тлумачний словник сучасної української мови», довідників «Хімія. Довідник для абітурієнтів та школярів» та «Довідника з біології» можна дійти висновку, що кожне довідкове видання містить елементи службово-пошукового апарату. Проте, залежно від виду видань, використання цих елементів варіюється. Визначимо декілька тенденцій в укладанні та оформленні службово-пошукового апарату, виявлених за допомогою аналізу довідкових видань.

Енциклопедії мають широкий спектр елементів пошукового апарату. Кожна енциклопедія містить вихідні відомості, підзаголовкові дані, надзаголовкові дані. Передмова та зміст можуть використовуватись або ні, залежно від читацького призначення та тематичного спрямування енциклопедії. Найчастіше в енциклопедіях використовують алфавітні покажчики.

Найбільшу кількість елементів службово-пошукового апарату містять словники. У них читач може орієнтуватись за допомогою різних видів покажчиків, глосарію, змісту, алфавіту. Кожен словник, як і енциклопедія, має вихідні відомості, підзаголовкові дані, надзаголовкові дані. Проте якщо в останніх до складу надзаголовкових даних входять відомості про серії та підсерії видання, то у словників – про кількість випущених томів та номер тому обраного видання.

Від інших видів довідкових видань довідники відрізняє наявність складного та розгорнутого змісту, що представляє усі рівні рубрикацій. У службово-пошуковому апараті довідників використовують предметні покажчики, глосарії, передмови та, як правило, список використаних джерел. Довідники також мають вихідні відомості, підзаголовкові дані, надзаголовкові дані. Спільним елементом у пошуковому апараті довідників, енциклопедій та словників є використання анотації. Вона є невід’ємною частиною видання, бо стисло його характеризує.

Отже, службово-пошуковий апарат має велике значення для будь-якого виду довідкового видання. Він допомагає читачеві знайти потрібну йому інформацію, бо розташовує її в зручному для швидкого пошуку порядку.

Література

1. Адамов Е.Н. Оформление справочных изданий / Е. Н. Адамов, В. Г. Кричевський. – М. : Книга, 1991. – 111 с.
2. Бебик В. Сучасні українські енциклопедії / В. Бебик. – К. : Наукова думка, 2004. – 295 с.
3. Гольцева Е. В. Довідкові видання : Специфічні особливості довідкових видань [під заг. ред. Е. В. Гольцевої]. – Л. : Фенікс,1992. – 182 с.
4. Довідкові видання: Специфічні особливості й підвищені вимоги / [уклад. Е.В. Гольцева]. – К. : Довіра, 2002. – 520 с.
5. Лісіна С.О. Українські довідкові видання в системі соціальних комунікацій : стан та перспективи дослідження / С.О. Лісіна. – К. : Наукова думка,1999. – 67 с.

Лисенко Кристина
студентка 3 курсу ІФСК БДПУ
Наук. керівник: асистент Бабак В. А.

КОМУНІКАТИВНІ ДІЇ ВЕДУЧОГО НОВИН РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕКАНАЛУ

Інформаційні програми на телебаченні є головними складниками рейтингів телеканалів. У свою чергу, рейтинг інформаційних передач залежить від процесу одержання аудиторією щоденної інформації й професіоналізму ведучих та журналістів телевізійної служби новин. Сучасні інформаційні передачі поєднують у собі репортажі, інтерв'ю, прямі включення з місць подій – ці та інші телевізійні жанри поєднати у цілісний випуск новин здатен професійний ведучий не тільки словом, а й своїми діями.

«З перших років роботи бердянського телебачення найпопулярнішою програмою були місцеві новини» [2] – така оцінка неможлива без врахування роботи ведучого. Зважаючи на те, що аналіз комунікативних дій ведучих бердянських телеканалів не відображено у наукових працях, вважаємо нашу роботу актуальною.

Мета нашого дослідження – визначати значення комунікативних дій ведучого інформаційної програми на каналі «ТБ-Бердянськ». Для реалізації поставленої мети, було визначено завдання: проаналізувати комунікативні дії ведучих новин каналу «ТБ-Бердянськ».

Для досягнення поставленої мети були використані загальнонаукові методи опису, аналізу та синтезу.

Ендрю Бойд, розкриваючи секрети телеефіру, зазначає: «Успішна комунікація значною мірою є питанням подачі, яка в свою чергу залежить від того, як написаний і як прочитаний текст. Вправні ведучі – це ті, хто встановлює зв'язок зі своєю аудиторією» [1, с. 194]. Аудиторія реагує на нього, як на актора на сцені. Ключове значення професії телеведучого має досвід, а не теоретична підготовка. Ведучий повинен передати глядачеві відчуття, що він знає і розуміє інформацію, яку повідомляє.

Окрім приємного вигляду, ведучий має залишати гарне враження, створити власний впізнаваний стиль подачі інформації. Імідж телеведучого є перш за все комунікативною категорією, яку можна розділити на вербальну та невербальну. До вербального комунікативного іміджу відносять дикцію, артикуляцію, темпоритм і динаміку мовлення, інтелектуальні, граматичні показники, голос тощо. До невербального комунікативного іміджу телеведучого належать міміка, жестикуляція, стиль одягу, зачіска, макіяж. Але потрібно пам'ятати, що, розділяючи імідж на дві комунікативні категорії, ми характеризуємо імідж телеведучого лише в студії під час запису або прямого ефіру.

Зазначимо деякі риси ведучих інформаційної передачі «Новини міста» на каналі «ТБ-Бердянськ», які впливають на комунікативний імідж. Перш за все хочемо звернути увагу на дотримання ділового стилю одягу обох ведучих, адже це підкреслює офіційність та достовірність висвітленої ними інформації. Постава ведучих доволі зібрана та відсутні зайві рухи. Аналізуючи вербальні дії Ганни Жук ми помітили, що на фоні повільного чіткого мовлення, деякі фрази вимовляються швидко, що призводить до часткового «проковтування» інформації, відбувається не завжди доречне інтонаційне виділення слів. Швидкість мовлення Ірини Білаш доволі велика, що справляє на глядача враження швидкого перебігу подій. Подана ведучою інформація губиться між тривалими репортажами кореспондентів. На нашу думку, такі дії під час мовлення здатні впливати на сприйняття поданої інформації.

Отже, частковий аналіз комунікативних дій ведучих інформаційної програми «Новини міста» показав, що швидкість, інтонаційне підкреслення у мовленні Г. Жук та І. Білаш здатні впливати на сприйняття новин глядачами. Під час аналізу було звернено увагу лише на деякі вербальні та невербальні комунікативні дії ведучих, у зв'язку з чим дослідження потребує подальшого аналізу.

Література
1. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технології виробництва новин / Ендрю Бойд. – К., 2007. – 432 с.
2. Сайт телеканалу ТБ-Бердянськ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tv.berdyansk.net/.
3. Яковець А. В. Телевізійна журналістика : теорія і практика : підруч. / А. В. Яковець. – К. : Києво-Могилянська акад., 2007. – 240 с.

Фіданян Діана
студентка 3курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Іванець Т.О.

МЕДІАОСВІТА ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ШКОЛЯРІВ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ГІМНАЗІЇ № 71)

У наш час у школах дуже гостро постає питання медіаосвіти, адже саме від якості отримуваної інформації залежить наше майбутнє, у тому числі й майбутнє нашої держави. Саме цій проблемі становлення та розвитку медіаосвіти в шкільних закладах як важливого складника розвитку інформаційного суспільства присвячена тема наукового дослідження.

Сучасна освіта немислима без використання засобів масової комунікації й інформаційних технологій. Для вдосконалення якості сучасної освіти, забезпечення її доступності та ефективності, підготовки молоді до життя і діяльності в інформаційному суспільстві сьогодні доцільно враховувати процеси стрімкого інформаційно-технологічного розвитку.

Медіаосвіта відкриває великі можливості для розвитку дитини, її інтелектуального і творчого потенціалу, здібностей, самостійного мислення. Саме в рамках медіаосвіти можливий розвиток умінь орієнтуватися в сучасних інформаційних потоках, підвищення рівня медіаграмотності школярів, зміна їхньої позиції при сприйнятті різних медіатекстів – з пасивного поглинання до критичного аналізу одержуваної інформації.

Проблема медіаосвіти стала предметом наукової уваги О. Баришполець, О. Бурім, І. Задорожної, Л. Зазнобіної, Т. Кузнецова, А. Литвин, Л. Рень, О. Федорова та інших.

Для прикладу розглянемо Запорізьку гімназію № 71 з поглибленим вивченням іноземних мов. Гімназія розпочала свій шлях 17 вересня1954 року, не зменшуючи темп, щасливо живе і благополучно розвивається завдяки креативній адміністративній команді, постійно зростаючому професіоналізму педагогів, невичерпного творчого потенціалу учнів, любові і повазі батьків. Ця гімназія є яскравим прикладом розвитку медіаосвіти. Першою важливою складовою медіа – є газета. Ідея випуску газети «71 online» виникла в 2004 році та належить директору гімназії № 71 Терновській Людмилі Іванівні. Дизайнерське та інформаційне наповнення газети повністю робиться креативними ідеями школярів гімназії. Періодичність виходу шкільної преси на сьогоднішній день – 1 раз на місяць, 4 умовних друкарських аркуша, тираж – 1000 екземплярів. Фінансується за рахунок батьківського благодійного фонду, є безкоштовним виданням. Направленість газети – інформаційна та пізнавальна, мова видання – російська та українська. У зв'язку зі специфікою закладу регулярно друкуються матеріали на англійській, німецькій та французькій мовах. У жовтні 2004 року вийшов перший номер газети «71 online», тираж – 900 екземплярів. 12 жовтня 2006 року газету «71 online» було зареєстровано в Запорізькому обласному управлінні юстиції. З моменту створення газета брала участь у численних конкурсах, завойовуючи все більше і більше нагород. Одна з таких перемог була в жовтні 2012 року – газета зайняла І місце в номінації «Виставка преси» на І Форумі дитячої демократії і мас-медіа навчальних закладів Орджонікідзевського району міста Запоріжжя. Газета відіграє дуже важливу роль у житті школярів.

Другою складовою медіаосвіти у школі – є учнівське самоврядування. Учнівське самоврядування – це педагогічна технологія, яка сприяє розвитку громадянських якостей

дитини в системі демократичних взаємин виховного колективу на принципах самореалізації, самодіяльності, самоорганізації та самодостатності особистості. В Запорізькій гімназії № 71 учнівське самоврядування існує більше десяти років, але структура його була різна. Школа сама є моделлю суспільства, в якій відображено і державне управління (адміністрація), і суспільство (учні, вчителі і батьки), і тому покликана виконувати властиву лише їй функцію: навчати та виховувати юних громадян. Саме в стінах школи у дітей повинні сформуватися якості, які потім у дорослому житті допоможуть їм стати гідними громадянами демократичної України, а саме: соціально активними, компетентними, здатними приймати свідомі рішення та відповідати за них, здатними робити свідомий вибір, учасниками суспільного життя і гідними його громадянами. Учнівська рада складається з мера гімназії, заступника мера, секретаря Учнівської ради, служби примирення, управління внутрішньої політики преси та інформації УР, шести комісій, в яких кожна займається своїми питаннями та актуальними проблемами, наприклад: комісія з питань законності та правопорядку, чи моніторингова комісія, чи відділ технічної підтримки. Впровадження учнівського самоврядування в управління вихованням та навчанням учнів дало значні позитивні результати щодо відношення дітей до цього виду громадської та соціальної діяльності.

Отже, сучасні медіа відкривають дедалі ширші можливості у сфері освіти і кар'єрного росту, змінюючи якість повсякденного життя людини, а деколи – підміняючи різними формами медіактивізму і саме життя. Мало хто здивується, що восьми-дев'ятилітня дитина має декілька аккаунтів в соціальних мережах, легко вправляється з кнопками і щодня стає покорювачем кіберпростору. Школа вже не може обійтися без інформаційних технологій, використання досягнень техносфери для вирішення освітніх завдань.

Таким чином, у запорізькому регіоні утверджується досить широке розуміння медіаосвіти не тільки як певного компонента шкільного навчання, а й як довгострокової суспільно-просвітительської діяльності, що охоплює дітей і дорослих, медіаосвіта розглядається як постійний розвиток і самовдосконалення особистості в суспільстві.

Література

1. Баришполець О. Медіакультура особистості ; соціально-психологічний підхід : навчально-методичний збірник / О.Т. Баришполець, Л.А. Найдьонова, Г.В. Мироненко, О.Є. Голубєва, В.В. Різун та ін.; За ред. Л.А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2013. – 440 с.
2. Задорожна І. Медіаосвіта / І.Т. Задорожна, Т.В. Кузнецова // Енциклопедія освіти / [гол. Редактор В.Г. Кремень]. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 523 с.
3. Рень Л. Медіаосвіта як засіб формування медіакультури учнів / Л.В. Рень // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер. : Педагогічні науки. – 2014. – Вип. 115. – С. 208-211. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua
4. Терновська Л. Соціальний проект «Учнівське самоврядування» / Терновська Людмила Іванівна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pedvistavka.at.ua
5. Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах / А.В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Кучма, 2003. – 238 с.

Кононенко Дмитро
студент 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тяпкіна Н.І.

МІФОТВОРЧІСТЬ ЯК МАНІПУЛЯЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «FACEBOOK»

Політичні міфи є важливим феноменом функціонування суспільної свідомості. Людина, попри її намагання раціонально осмислювати факти і події з навколишнього життя, все ж таки піддається різного роду емоційним переживанням, почуттям, віруванням та забобонам. Тому в політиці іманентно присутній міф як феномен, що є ірраціональним за своєю природою.

Причиною актуалізації політичного міфу є масовізація та інтенсивна інформатизація суспільства. Масова свідомість потребує спрощення складної картини світу, саме тому спостерігається тенденція її реміфологізації, тобто заповнення міфологічними схемами. Соціальні мережі є ефективним майданчиком для поширення таких міфів, адже інтенсивний розвиток соцмереж у сучасному світі посилює вплив міфів на свідомість. Мета дослідження – схарактеризувати маніпулятивний потенціал повідомлень, що публікуються на сторінках політичних діячів у соціальній мережі «Facebook».

Сторінки, групи та пабліки у соціальних мережах політичних діячів – чи не найкраще місце для міфотворчості, перш за все через над широкий арсенал інструментів соціальної мережі для впровадження своєї ідей у маси. Технологія політичного міфотворення припускає, що міф не буде віддзеркалювати дійсність або викривляти її, натомість він будуватиме нову ілюзію [4]. Міф у політичній грі завжди звернений у майбутнє з використанням минулого. Якщо він матиме раціональну основу, «розбавлену» вірою та уявою – він наближатиметься до позитивного значення у повідомленні. Псевдоміф, що збудований на брехні, буде деформувати свідомість і політичну комунікацію.

Активне впровадження міфологем у повідомлення на сторінках соціальних мереж політиків пов'язують з нестабільністю у суспільстві. Міфотворчість тут виступатиме механізмом адаптації у складних життєвих умовах. У політичних міфах знаходять засоби символізації, гіперболізацію фактів, але сприймаються вони як реальна дійсність, тобто процес усвідомлення тих чи інших явищ не проходить крізь критичне мислення.

Як слушно зауважує В. Андрущенко, «націонал-шовінізм, істеричний «патріотизм», соціальна демагогія та паранаукові вчення – далеко не повний перелік напрямів і тем міфотворчості, обіймки якої є, мабуть, найбільш міцними і довготривалими. «Ворог народу», «наші – не наші», «світовий зговір», «пошук іншопланетян» і тому подібні фантастичні пояснення, що їх транслює міфологія, не підлягають раціоналізації, перевірки на істину» [1].

Проблеми міфотворення пов'язують також із національної свідомістю певної нації, адже впливатиме міфологізоване повідомлення не індивідуально, а масово, стереотипно. До того ж, як уважає О. Донченко, українському етносу міфологічне мислення притаманне більшою мірою, ніж багатьом іншим [2].

Звісно, така річ як міф не може витлумачуватися окремо від маніпуляційних технологій, засобів впливу на свідомість. Міф, занурений у політичну маніпулятивну дію, підпорядковану певній меті, сприятиме легшому засвоєнню і залишатиметься у свідомості людей на більш тривалий час.

Насамперед, міфотворчість у соціальній мережі «Facebook» за сучасних умов виявляється у низці нових міфологем – «відродження», «європейський вибір», «помститися старшому братові», а також у міфах, стереотипах, що конструюються на політичному рівні і поширюються ЗМІ, на архаїстиці: продовження козацьких традицій, українці – нащадки «трипільців» тощо.

Щоб яскравіше зрозуміти занурення міфічної складової у політичній процес, можна згадати хоча б назви політичних партій: «Самопоміч», «Свобода», «Батьківщина», «Відродження», «УДАР» та ін. Кожна назва виконує не стільки інформативну функцію, скільки закріплює за собою певний образ, асоціацію, що вказує на ідеологію партії, характер їх дій.

Соціальні мережі стають сьогодні чи не найкращим майданчиком для міфотворчості саме через свою багатофункціональність. Адже текст завжди можна наочно підкріпити медіа-файлом, вдалим зображенням, що буде виконувати роль символу, гіперболи того, про що було написано у повідомленні. Одразу ж згадується повідомлення у «Facebook» Олега Ляшка, у якому він привітав із Днем народження президента Литви пані Д. Грібаускайте, але не обмежився лише привітанням, побажавши їй «спільних перемог у боротьбі проти Кремля» [3]. І це ще нічого б не означало, якби він не додав до своїх слів гарну фотографію пані Грібаускайте з шаблею. Знаючи, як Олег Ляшко полюбляє використовувати у своїй іміджевій

стратегії усякого роду вила, стає зрозуміло, що це не лише позачергове нагадування про свої радикальні вподобання, а й залучення міфологем «наші – не наші» та «зброя».

Таким чином, можемо констатувати, що повідомлення на особистих сторінках політичних діячів у соціальній мережі «Facebook» на сьогодні є ефективною площиною для використання різного роду маніпуляційних стратегій, технік впливу та, зокрема, міфотворчості.

Література

1. Андрущенко В. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть. Досвід соціально-філософського аналізу / В. Андрущенко. – К. : ТОВ «Атлант ЮемСі», 2005 – 498 с.
2. Донченко О. Архетипи соціального життя і політика / О. Донченко, Ю. Романенко. – К.: Либідь, 2001. – 334 с.
3. Ляшко О. [Oleg Liashko] [В перший день весни святкує свій день народження президент Литви...] / Олег Ляшко // Facebook. – Oleg Liashko. – Режим доступу : https : // goo.gl/J4AFJ2. – Дата публікації: 01.03.2016.
4. Шайгородський Ю. Міфотворчість в Україні як соціальна технологія / Ю. Шайгородський // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2008. – Вип. 13. – С. 27-43.

Шилова Анастасія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Горбенко І. Ф.

ОСОБЛИВОСТІ ІЛЮСТРУВАННЯ ДИТЯЧИХ ВИДАНЬ ЯК ВИЯВ БРЕНДИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ВИДАВНИЦТВ

У зв'язку з комп'ютеризацією видавничого процесу в більшості видавництв роботу художнього та технічного редакторів виконує один працівник – художньо-технічний редактор. Він вирішує важливі композиційні питання видання, розробляє його концепцію оформлення, редагує ілюстративний матеріал, працює з автором та редактором. Але для дітей ілюстрація відіграє в книзі дуже важливу роль, тому до ілюстрації потрібно відноситися дуже важливо та приділяти якнайбільше увагу.

Основу дослідження складають матеріали видавничо-поліграфічної, маркетингової, мистецької тематики Ж. Капферера, В. Криштопайтис, Є. Огар, В. Пустотіна, В. Теремка, Дж. Траута та ін.

Мета публікації– дослідити ілюстрації дитячих книжкових видань як складову брендингової політики видавництва.

Об’єкт дослідження – ілюстрації видавництв «Махаон-Україна» та «Зелений пес».

У наш час одним з найголовніших інструментаріїв формування іміджу бренду видавництва є ілюстрація. Саме вона є тим елементом художнього оформлення, який ідентифікує видавництво серед інших та є запорукою сьогоднішніх та майбутніх продажів.

Бренд – термін в маркетингу, який символізує комплекс інформації про компанію, продукт або послугу; популярна, легко в пізнаванна і юридично захищена символіка якого-небудь виробника або продукту [2, с.43].

Видавничий бренд – видавнича марка, яка зумовлює стійкі позитивні асоціації в учасників ринку, активну налаштованість на позначені нею видання [1].

Зробити ілюстрацію «вражаючим» брендом – традиційна роль художнього оформлення.

Видавництво «Махаон-Україна» було створено в 1997 році, й воно одразу стало лідером у галузі видання літератури для дітей. На прилавках книгарень з’являються яскраві, ілюстровані, насичені інформацією енциклопедії, унікальні подарункові видання, а також розвиваюча література, букварики, книги з лічби, прописи та тести. З такими яскравими, інформативними, унікальними виданнями, популярними у світі, маленькі українці вперше

познайомилися саме завдяки цьому видавництву. Популярністю користуються казки від «Махаон-Україна».

Найкращими ілюстрованими творами у видавництві «Махаон-Україна» є: Н. Богусловська «Послухай-ка, слон…», 2010; В. Челак «Торт з неба», 2013; К. Драгунська «Лекарства от послушности», 2014; К. Буличов «Подорож Аліси», 2014.

Впізнавана індивідуальна стилістика кожного автора видавництва «Махаон-Україна», вишуканість кольорів, глибоке проникнення в суть образів персонажів, атмосферність зображень, оригінальність композиції, декоративність – такими рисами відрізняються ілюстрації книжок від інших. Ці ілюстрації – шедеври книжкового мистецтва, які заслужено є брендовими інструментами видавництва, яке вже багато років залишається брендом та один із лідером у свої сфері.

Видавництво «Зелений пес» існує на українському книжковому ринку з 1999-го року. У видавництві кожен може знайти книжки на будь-який смак і для різного віку: книжки для дітей, підлітків, шанувальників класичних жанрів та сучасної прози, любителів фантастики та чоловічих жанрів. Одним з головних завдань видавництва є популяризація української мови в усіх сферах життя.

Одним з прикладів брендової політики видавництва «Зелений пес» можна назвати роботу «Казки Лірника Сашка», яка проілюстрована Інокентієм Коршуновим на найвищому рівні.

Казки, проілюстровані цим художником, дуже живі, яскраві, що створює унікальний продукт від унікального майстра. Теми, які він порушує, ілюструючи видання, важливі для сучасного українця як ніколи.

Смак, культура і бажання робити непересічні речі – ось ті складові успіху видавництва, без яких неможливо уявити сучасну українську дитячу книжку.

Художники-ілюстратори видавництв справді майстри своєї справи, автори книжкових шедеврів. Кожен художник є головним творцем книжки в видавництвах «Махаон-Україна» та «Зелений пес», ілюстративне наповнення яких є ідентифікуючим елементом їх книжок, що допомагає вирізнитися з-поміж інших та не допускати конкуренції у цій галузі.

Отже, видавництво «Махаон-Україна» та «Зелений пес» – видавництва, брендова політика яких, народжує різноманітність, на жаль, якої бракує на нашому ринку. Ця різноманітність і рухає видавничу справу вперед.

Література

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер – М. : Издательский Дом Гребенникова, 2003. − 439 с.
2. Капферер Ж. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж. Капферер. – М. : Вершина, 2007. – 448 с.

Кучер Олександра
студентка 5 курсу фак-ту журналістика
Наук. кер.:к.філол.н., доц. Пирогова К.М.

ҐЕНДЕР І ЗМІ

Засоби масової інформації відіграють визначальну роль у формуванні суспільної думки стосовно важливих суспільних проблем, формують і закріплюють у масовій свідомості визначені норми ґендерної поведінки, продукують ґендерностереотипні образи жінок та чоловіків, які постають на сторінках друкованих видань, у теле- та радіопросторі. Образи жінок, створювані й трансльовані ЗМІ, часто сповнені ґендерних упереджень та є сексистськими.

Актуальність статтіполягає у наявній в суспільстві проблеми ґендерної нерівності, яка має своє масмедійне відображення.

Метою статті є виявлення особливостей висвітлення образів жінок та чоловіків, які постають на сторінках друкованих видань, у теле- та радіопросторі.

Методологічну і теоретичну основу дослідження складають праці, присвячені розгляду особливостей впливу ЗМІ, що формують і закріплюють у масовій свідомості визначені норми поведінки суспільства, у галузі ґендеру, таких вітчизняних і зарубіжних журналістикознавців: Ж. Бодрійяр, Р. Ленуар, М. Маклуен, К. Тарасов та інші.

Збігаючись із розвитком ґендерних досліджень у країні, залученням до поля наукового вивчення ґендерних відносин у суспільстві – теми, що були табуйованими для радянської наукової думки, з одного боку, та явних трансформацій медійного поля, набуття засобами масової інформації нових, порівняно з попереднім радянським періодом, функцій, видозміною самих способів функціонування медій - з іншого, ґендерні питання в масмедіях почали усвідомлюватись як перетин низки метатеоретичних підходів, як у галузі ґендеру, так і комунікативістики.[5].

Фіксуючи стан вивчення ґендерних проблем у масмедіях, дослідження в цій галузі зосереджувались передусім на вивченні змісту масмедійної продукції з позиції ґендеру.[1]. У поле наукового осмислення та відповідного аналізу потрапили: проблеми репрезентації чоловіків і жінок масмедійними засобами, зміна образів жінок та чоловіків, що їх подають ЗМІ, проблеми ґендерних стереотипів у них, типологізація гендерно-стереотипних зображень людей залежно від їхньої статі.[2, с.43].

Значну частину таких робіт присвячено ретроспективним оглядам ґендеру в масмедіях (оскільки ця тематика в радянські часи практично не входила до наукового вивчення).

Окремою темою дослідницького зацікавлення в цій царині стали ті перетворення, яких зазнали образи жінок та чоловіків у ЗМІ.

Радянський лад, із його соціальним замовленням на активні ролі жінок у публічній сфері (передусім на ринку праці) та егалітарною ідеологією, відповідно визначав способи висвітлення жінок засобами масової інформації.[7].

Цьому сприяла й специфіка принципів функціонування масмедій за радянської доби; із притаманною їм суворою системою контролю над комунікативними інститутами та такою ж жорсткою ідеологічною визначеністю – джерела інформації мали слугувати інтересам держави, а не суспільства чи мас. А участь у суспільному виробництві, за теоретичними положеннями марксизму, була вирішальною умовою, що мала визначати соціальний статус жінки.

Висновки. Отже, сучасні трансформації вітчизняних комунікативних інститутів характеризуються їх повільним поворотом до так званої лібертаріанської моделі (В. Шрамм, Ф. Сіберт і Т. Пітерсон) з приватною власністю на інформаційні засоби в умовах вільної конкуренції ідей.

Лібертаріанські ідеї декларують право всіх людей на знання як природне, ґрунтуючись на принципах свободи інформації - як свободи її вільного поширення, так і свободи отримувати необхідну інформацію.

Оскільки ж ці моделі, як відзначають фахівці, є нормативними, вони не завжди й не в усі му відповідають реаліям, що ми й спостерігаємо.

Отримані результати дослідження можуть бути використані як при підготовці фахівців для сучасного телемовлення: редакторів, коментаторів, оглядачів, репортерів, інтерв'юерів та ін., так і у практичній діяльності журналіста.

Література

1. Бодрійяр Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бордійяр // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.: Институт экспериментальной социологии. – СПб.: Алетейя, 1999.
2. Кретов Б. Е. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества / Б. Е. Кретов // Социально-гуманитарные знания. – 2000. – № 1.
3. Крото Д., Хойнс У. Медиа и идеология / Д. Крото, У. Хойнс // Контексты современности II. Хрестоматия. Изд 2-е. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2001.

4. Ленуар Р. Социальная власть публичного выступления / Р. Ленуар // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.: Институт экспериментальной социологии. – СПб.: Алетейя, 1999.
5. Маклуен М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / М. Маклуен. – Москва – Жуковский: "Канон-Пресс-Ц", Кучково Поле, 2003.
6. Маккуэйл Д. Теория массовой коммуникации / Д. Маккуэйл // Контексты современности II. Хрестоматия. Изд 2-е. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2001.
7. Тарасов К. Проблема влияния СМИ / К. Тарасов // Киномеханик. - 1999. - №7-10.

Рибакова Анастасія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тяпкіна Н.І.

РЕАЛІЗАЦІЯ УМОВИВОДІВ У ПЕРЕКОНУВАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Сучасні українські електронні медіа, задовольняючи інформаційніпотреби читацької аудиторії, повинні містити матеріали, викладеніпопулярно й зрозуміло, достовірно й переконливо. Це означає, щожурналістські тексти мають відповідати логічним нормам побудовитексту. Відхилення від вимог законів логічно правильного мислення найчастіше проявляється у непослідовності, необгрунтованості та великій кількості суперечностей у судженнях журналіста. Однак, визнаючи право на творчий підхід журналіста до викладу інформації, не можна забувати про стійкість логічної думки. Саме вона дає змогу реципієнтам зробити правильні висновки.Мета роботи – проаналізувати особливості реалізації різних умовиводів у мові інтернет-ЗМІ.

Умовивід є найскладнішою формою мислення, він складається з суджень (і, відповідно,з понять), але не зводиться до них, оскільки передбачає також їх певний зв'язок.

Отже, умовивід є формою мислення, за допомогою якої з одних думок (суджень-засновків) за певними правилами отримують нові думки (судження-висновки). Засновки і висновки умовиводів можуть бути як простими, так і складними судженнями [4, с. 32]. У структурі умовиводів виділяють три основні елементи: засновки (один або декілька), висновок і логічний зв'язок, що існує між засновками і висновком. Засновок (умовиводу) – це судження, в якому фіксується вихідне (вже відоме) знання. Висновок (умовиводу) – це судження, в якому фіксується похідне (нове) знання.

У схемах умовиводів перехід від засновків до висновку (логічний зв'язок між засновками і висновком) позначається загальною рискою[1, с. 28].

Розрізняють умовиводи, що утворюються з простих категоричних суджень, з простих суджень-відносин, зі складних суджень, а також дедуктивні, індуктивні і тродуктивні умовиводи. Умовиводи з простих категоричних суджень по-іншому називають простим категоричним силогізмом, а відповідно, умовиводи зі складних суджень – умовними і розділовими силогізмами, які можуть комбінуватися між собою. Термін «силогізм» зазвичай відносять до простого категоричного умовиводу, але більш точно цей термін відноситься до всіх дедуктивних умовиводів [2, с. 22].

Для аналізу реалізації умовиводу як форми переконувальної журналістики нами була обрана аналітичні стаття з високим рівнем доказовості інтернет-порталу «Українська правда» - «Така близька і далека Європа», опублікована Г. Калачовою (http://www.pravda.com.ua/).

Структура умовиводу:

1. Засновок: «На думку деяких європейців, євроінтеграція України зводиться до балачок. Оскільки балачки не потребують коштів, то нехай собі Україна "інтегрується". Причина такого бачення – відсутність дій, які б свідчили про зворотне.»

2. Аргумент №1: «По-перше, в Україні досі не призначено профільного віце-прем'єра. Правда, прошарок його заступників майже укомплектовано. Втім, у ключовому міністерстві

- економічного розвитку і торгівлі – відсутній "європейський" торговий представник. Після звільнення з посади Валерія П'ятницького це крісло залишається вакантним.»

3. Аргумент №2: «По-друге, Київ просить у Європи кошти на погашення дефіциту бюджету, інвестиційні проекти, абстрактний розвиток галузей, але не на конкретні проекти, які б свідчили про серйозність намірів уряду.»

4. Аргумент №3: «По-третє, незрозуміло, хто буде інтегрувати країну на практиці. Свого часу в Польщі створювалися профільні навчальні заклади, а в існуючих відкривалися кафедри європеїстики. Центром підготовки спеціалістів став Європейський колегіум в Натоліні, заснований у 1993 році.» [3]

5. Висновок: Україна не робить кроків до євроінтеграції.

У статті використовується дедуктивний метод умовиводу, так як ми розглядаємо явище на підставі вже відомого загального правила. Засновки є достовірними, адже у статті описується явище, яке ми вже спостерігаємо.

Отже, ми можемо стверджувати, що в мові ЗМІ спостерігаємо явище підведення до висновку через аргументацію, без чіткого прописування умовиводів. За структурою такі умовиводи не вербалізовано.

Переконувальні можливості умовиводів засновується не лише на знанні їх типології та структури, не лише на потужній аргументації, але й на суб'єктивній думці кожної особистості, позитивній чи негативній оцінці предмета зображення. У цьому полягає складність підведення реципієнта до певного умовиводу.

Література

1. Богдановський І. Логіка. Опорний конспект лекцій / І. Богдановський, О. Льовкіна. – К. : МАУП. – 2004. – 168 с.
2. Жерєбкін В. Логіка : підручник / В. Жерєбкін. – К. : Час. – 2009. – 278 с.
3. Калачова Г. Така близька і далека Європа [Електронний ресурс] / Г. Калачова // Українська правда. – 2015. – Режим доступу : http : // www.epravda.com.ua/publications/2015/03/31/536246/
4. Кобзарь В. Логика : учебное пособие / В. Кобзарь. – СПб : Университет. – 2006. – С. 100-102.

Ковтун Аліна
студентка 1 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Чернявська Л.В

ФОРМИ ПОДАЧІ ІНТЕРНЕТ-НОВИН (НА МАТЕРІАЛАХ САЙТУ «ПОРОГИ»)

Інтернет-видання складаються з великої кількості постійно оновлюваних новинних текстів. Сама ж новина – це окремо взяте повідомлення про подію у світі або явище, яке має або буде мати суспільний резонанс, є значущим для більшості населення і в першу чергу для аудиторії даного новинного ресурсу [5, с. 85]. Новини в Інтернеті значно відрізняються від новин в інших ЗМІ не тільки своєю оперативністю, а й лаконізмом і надзвичайно концентрованим змістом, що зумовлено своєрідністю каналу передачі інформації. Б. Потянтиник пояснює цю особливість таким чином : «Варто мати на увазі, що швидкість читання онлайн зазвичай повільніша, ніж друкованих видань (приблизно на 30%). Речення на екрані виглядають довшими, ніж аналогічні речення на папері, відповідно більше часу іде на прочитання їх на моніторі. Отож, потрібно застосовувати коротші речення і прості конструкції, без ускладненої пунктуації [3, с.17].

Структура, за якою будується новина, часто називають «перевернутою пірамідою». Формула «перевернутої піраміди» означає, що всі важливі матеріали повинні бути викладені на початку тексту в одній-двох фразах чи абзацах. Наступна інформація розташовується далі в послідовності зниження значущості. При написанні новин для Інтернет аудиторії використовуються вже вироблені в друкованих ЗМІ структурні елементи: це заголовок, лід, основна частина і бекграунд. Головне правило, яким повинен керуватися професійний

журналіст – заголовок повинен бути цікавим, привертати увагу читача потрібно мотивувати заголовком на прочитання всього тексту. До головник ознак заголовку в Інтернет-новинах можна віднести такі: читабельність, привабливість, інформативність, стислість. Важливо, щоб заголовок був інформативним та зрозумілим читачеві.

Лід це – короткий виклад журналістського матеріалу, що розміщується після заголовку й перед основним текстом. У ліді повинна ємко бути викладена основна думка, про те, що і де сталося, коли це сталося, як це сталося, чому сталося і, головне з ким сталося, тобто основні дійові особи повинні бути перераховані вже тут. Кінець ліда – посилання на джерело. Далі бекграунд, де необхідно дати історичну або ж статистичну інформацію, яка буде корисна читачеві.

Тексти, що публікуються Інтернет-виданнями – це гіпертексти, тобто тексти пов'язані гіперпосиланнями з іншими текстами. Тобто, гіперпосилання – це графічно виділений уривок тексту (від одного знака до цілого тексту), що містить в собі посилання на який-небудь рядок у документі (внутрішньотекстове посилання), на тому ж (внутрішні посилання) або зовсім іншому сайті (зовнішні гіперпосилання) [1]. Вся електронна комунікація в Інтернеті складається з системи гіперпосилань.

Мультимедійні технології – поєднання вербальних і аудіовізуальних засобів – дозволяють привертати читацьку уваги до новин в інтернет-просторі ще й за допомогою фотографій або відеосюжетів. Заголовок, лід-анонс і фото – таку структуру мають новини усіх інтернет-видань.

Сайт «Пороги» – це інформаційний молодіжний портал. Більшість матеріалів, які розміщуються на сайті – інформаційного жанру. Проте, містяться також різноманітні аналітичні жанри. Структурний аналіз матеріалів сайту «Пороги» дає підставу говорити про переважання жанрів замітки і репортажу, як форми висвітлення культурної, політичної та інших форм життя суспільства. Ці жанри відрізняються стислістю, наявністю тільки найважливішої, на думку авторів, інформації.

«Пороги» намагаються зробити подачу матеріалу легкою, чітко та стисло окреслити факти, відповідаючи на питання що? де? коли? В основному новини на сайті будуються за правилом «перевернутої піраміди» і мають мультимедійне наповнення – інфографіки, слайд-шоу, відео сюжети, фотоілюстрації та ін..

Література

1. Виговська Н.А. Журналістські жанри в мультимедійному світі [Електронний ресурс] / Н.А. Виговська – Режим доступу :http: // www. kymu.edu.ua /wsc/toms/10/060-062.pdf
2. Крейг Р. Інтернет-журналістика / Річард Крейг. – К.: Києво-Могилянська академія, 2007. – 324 с
3.Пальгунов Н. Нотатки про інформацію / Н. Пальгунов. – М., 1967. – 155 с.
4.Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика: [навч. посіб.] / Б.В. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 244с.
5. Чабаненко М.В. Застосування слайд-шоу в рубриках новин популярних інтернет-видань як один із напрямків розвитку мультимедійності / М. В. Чабаненко // Держава та регіони : Науково-виробничий журнал. Серія «Соціальні комунікації». – Запоріжжя : КПУ, 2010. – № 4. – С. 84-88.

Бурбан Лілія
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Пирогова К. М.

ВИДИ ТА ФОРМИ ІНТЕРТЕКСТУ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ

Професор Тартуського університету П. Тороп у своїй праці «Проблема інтексту», класифікував елементи інтертекстуальності й міжтекстові зв’язки, які їх об’єднують. Для нього «метатекст – первинний текст, який стає тим самим протекстом, на основі якого створено текст»[3]. Цей процес П. Тороп називає метакомунікацією. Класифікацію метатекстів, автор формує: за способом примикання (стверджувальний, полемічний), рівнем примикання (явний, прихований), та цілісність тексту. Він вважає, щоб розпізнати та

інтерпретувати частину тексту, яка зв’язує один текст з іншим «необхідно виявити її функцію в тексті, а також фіксувати актуальний зв'язок з вихідним текстом»[3]. П. Тороп поняття інтертексту розумів, як «семантично насичену частину тексту, сенс і функція якої визначається принаймні подвійним описом»[3].

П’ятичисленну класифікацію різних типів взаємодії текстів, запропонував французький науковець Ж. Женетт:

1) інтертекстуальність як «співприсутність» в одному тексті двох або більше текстів (цитата, алюзія, плагіат тощо);

2) паратекстуальность як відношення тексту до свого заголовка, післямова, епіграф тощо;

3) метатекстуальність як коментуюче і часто критичне посилання на свій предтекст;

4) гіпертекстуальність як висміювання і пародіювання одним текстом іншого;

5) архітекстуальність, що розуміється як жанровий зв'язок текстів[1,с. 133].

Слідом за Женеттом, як пише сама Н. Пьеге-Гро, міжтекстові зв’язки вона розрізняє за двома типами. Перший тип: цитата, референція, плагіат алюзія - зв’язки, які засновані на відношенні співприсутності двох, або декількох текстів. Другий тип: пародія та бурлескна травесті, стилізація – зв’язки, які засновані на відношенні утворення. «Щоб в повній мірі осягнути своєрідність різних форм інтертекстуальності, ми введемо також протиставлення між імпліцитними та експліцитними зв’язками»[2,с. 83].

На думку Н. Фатєєвої, класифікації П. Торопа і Ж. Женетта, «носять досить загальний характер і не покривають різноманітних комбінацій диференціальних ознак міжтекстових взаємодій»[4, с. 122]. Саме тому, дослідниця пропонує власну класифікацію, в основу якої були закладені основні види та принципи інтертекстуальних зв’язків, вище згаданих науковців, а також розмежування І. Смирнова конструктивної та реконструктивної інтертекстуальності. Авторка доповнює вже існуючу класифікацію новими видами: 1) інші моделі та випадки інтертекстуальності (інтертекст як троп чи стилістична фігура, інтермедіальні тропи стилістичні фігури, звуко-складовий і морфемний типи інтертексту та запозичення прийому), 2) поетична парадигма[4, с. 120-159].

Література

1. Ільїн І. Постструктуралізм, Деконструктивізм, Постмодернізм / І. Ільїн. - М: Інтрада, 1996. – 150 с.

2. Пьеге-Гро Н. Введення в теорію інтертекстуальності / Н. Пьеге-Гро – М. : ЛКИ, 2007. – 240 с.

3. Тороп П. Х. Проблема інтексту. [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://podelise.ru/docs/index-26602982-1.html

4. Фатєєва Н. А. Інтертекст в світі текстів: Контрапункт інтертекстуальності / Н. А. Фатєєва. - 3-е вид., стереотипне. – М.: КомКніга, 2007. – 280 с.

Кущ Софія
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Санакоєва Н. Д.

«FORBES» – ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНД В УКРАЇНІ

«Forbes» – це один із найавторитетніших американських бізнес-журналів у світі. В Україні «Forbes» видається російською мовою з березня 2011 р. Про отримання ліцензії на видання заявив засновник UMH group Б. Ложкін 13 серпня 2010[6]. Першим головним редактором був В. Федорін, який до цього обіймав посаду головного редактора російської версії «Forbes» [6]. За заявою М. Форбса, що відповідав за глобальний розвиток бренду «Forbes», український «Forbes» знаходиться у першій п'ятірці за показниками [5].

Восени 2011 року запущений додаток «Forbes Woman». У вересні 2012 почав працювати сайт forbes.ua, ще через рік була запущена IPad-версія видання [6].

У червні 2013 року Б. Ложкін – засновник UMH group – оголосив про укладення угоди з продажу 98% акцій. Відповідно до попередніх домовленостей операцію планувалося завершити за рік, тобто у червні 2014 року, однак на початку листопада 2013 року Б. Ложкін

оголосив про дострокове закриття угоди з продажу групі компаній СЕПЕК 99,9% акцій UMH group. Новим власником медіахолдингу став С. Курченко – очільник групи компаній «Газ України», власник і президент футбольного клубу «Металіст Харків», голова наглядової ради ГК «СЄПЕК». Щоб керувати UMH Group, був спеціально створений підрозділ СЄПЕК – компанія «СЄПЕК-медія» [4].

Багато чого змінилося у «Forbes Україна» після зміни власника медіахолдингу UMH group. Із приходом нового керівництва відбулися чималі зміни у всіх структурах, що входили до медіахолдингу. Зокрема, у «Forbes Україна» змінилися головний редактор, шеф-редактор, арт-директор, головний редактор сайту, а також 13 листопада 2013 року 13 журналістів написали заяви про звільнення у зв'язку зі «спробами змінити політику редакції» [2].В. Федорін на своїй офіційній сторінці на «Фейсбук» заявив, що «продаж «Forbes Україна» є закінченням проекту у його нинішньому вигляді. Покупець переслідує одну з трьох поставлених цілей (або ж всі одразу): зробити так, щоб журналісти мовчали перед виборами президента, аби виправити і покращити власний імідж, використати видання для вирішення питань, які не мають нічого спільного з медіабізнесом» [2]. Одразу після придбання медіаактиву відбулося втручання у редакційну політику і введення цензури. Риторика видань холдингу різко змінилася на провладну і проросійську, а його шпальти стали місцем бою та з'ясування стосунків з конкурентами [2].

Наступним головним редактором із липня 2013 року був М. Котов, який до цього очолював редакцію «Газета.Ru» та був виконавчим директором міжнародної інформагенції «РИА Новости». На посаді головного редактора він перебував до 5 вересня 2015, яку також залишив без жодних коментарів.

У вересні 2014 р. головою наглядової ради UMH group була призначена депутат від партії «Опозиційний блок» О. Бондаренко. Таке скандальне призначення було пов'язане з політичними причинами. Призначення О. Бондаренко головою спостережної ради UMH group С. Курченко вплинуло на медійну політику підконтрольних видань, а отже, і на інформаційне поле в цілому [1].

30 липня 2015 уряд США вніс С. Курченко у список персон, які потрапляють під дію санкцій. Внесення до санкційного списку є прямою забороною американським компаніям, таким як «Forbes», вести справи з С. Курченко прямо або ж опосередковано [3]. Старший віце-президент із корпоративних комунікацій «Forbes Media» М. Карбонелл заявила, що «Forbes Україна» більше не має права використовувати цей бренд, а також контент видання [3]. Проте, незважаючи на заборони та заяви обох сторін, сайт української версії «Forbes» у ніч проти 8 серпня 2015 р. змінив свою адресу з http://forbes.ua/ на http://forbes.net.ua/. Це є свідченням того, що «Forbes» більше не надає UMH Group авторизований доступ до бренду «Forbes» для сайту UMH або доступ до домену forbes.ua, а права на користування дійсно були обмежені, а вся наступна діяльність UMH group відносно «Forbes» є не законною [3].

Отже, «Forbes» – транснаціональний бренд, всесвітній діловий журнал, один із найавторитетніших і найвідоміших економічних друкованих видань у світі. «Forbes» має майже сторічну історію, протягом якої йому вдалося не лише укріпитися на своїй Батьківщині, але й завоювати свою аудиторію далеко за її межами. В Україні ж «Forbes» перші свої роки був вдалим бізнес-проектом, проте, на нашу думку, після продажу UMH group журнал став для нового власника та його оточення «проектом впливу».

Література

1. Українська правда: [офіційний вебсайт] / Олена Бондаренко очолила медіахолдинг Курченка// [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pravda.com.ua/news/2014/09/22/7038535/

2. Медіабізнес: [офіційний вебсайт] / Федорин покидает Forbes// [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/35485/57/lang,ru/

3. Інтернет-портал «Ain»: [офіційний вебсайт] /Американский Forbes отзывает лицензию UMH на издание «Forbes Украина» и ищет нового издателя// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ain.ua/2014/03/08/515421

4. Інтернет-портал «Liga.net»: [офіційний вебсайт] / Персоны. Курченко Сергей Витальевич // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://file.liga.net/person/45591-kurchenko-sergey.html
5. Forbes: [офіційний вебсайт] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.forbes.com
6. Forbes Україна: [офіційний вебсайт] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://forbes.net.ua/ua

Кундіренко Аліна
студентка 4 курсу фак.-ту журналістики
Наук. кер.: к. філол.н., доц. Горбенко І. Ф.

ДОТРИМАННЯ СОЦІАЛЬНИХ НОРМ РЕДАГУВАННЯ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕННЯХ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ

Телебачення відіграє важливу роль в житті людини і здійснює безпосередній вплив на свідомість аудиторії. Вже давно було сформовано загальні редакційні вимоги до телевізійних сюжетів, однак не всі вони враховують специфіку телематеріалів. Якщо над створенням бездоганної форми, дотриманням логіки, інформаційним наповненням, відсутністю мовних відхилень та юридичною доцільністю творці телевізійних повідомлень ретельно працюють, то етичним нормам не завжди приділяється належна увага. Зазвичай це спричинено динамічністю інформаційного потоку та недостатністю часу для надання матеріалові ідеального вигляду без порушень. Як результат – на телебаченні з'являються такі повідомлення, які не відповідають етичним вимогам і не можуть бути допущені до ефіру.

Об'єктом дослідження є інформаційні повідомлення телеканалів «Інтер» («Новини») та «1+1» («ТСН»).

Проблемою редагування журналістських матеріалів займалося чимало науковців. Всі вони як одну з найголовніших вимог до медіа матеріалу виділяють соціальну. Проте більшу увагу вони приділяють юридичним та політичним нормам. В той час, як етичну норму було лише загально окреслено. Розробкою загальних та галузевих норм редагування займалися Н. Зелінська, Р. Іванченко, А. Капелюшний, З. Партико, В. Різун, В. Карпенко та інші. Проте ці дослідники досить мало уваги приділили саме етичним нормам редагування.

Натомість польські науковці провели ґрунтовні дослідження цієї теми, обґрунтували важливість дотримання етичних норм та розробили основні принципи їх дотримання. Це пояснюється суворим контролем за інформацією у зарубіжних ЗМІ. Натомість усі українські науковці у своїх дослідженнях теоретично описали специфіку редагування текстів на предмет дотримання соціальної норми. Якщо юридична, політична та релігійна норми опрацьовані досить ретельно і відповідно до законодавчої бази, то етична потребує більш поглибленого дослідження із врахуванням специфіки сучасного телепростору, оскільки зараз має лише рекомендаційний характер. У цьому і полягає актуальність публікації.

Метою роботи є порівняння інформаційних повідомлень двох всеукраїнських телеканалів та на підставі цього виокремлення вимог до етичної норми редагування, враховуючи специфіку сучасного телебачення..

В час, коли шлях нової інформації до аудиторії може займати лише декілька хвилин, творцям інформаційних сюжетів доводиться створювати свої повідомлення за дуже короткий термін. Саме через це створювачі телесюжетів мають обробляти інформацію поверхово, надаючи їй лише задовільного вигляду. Але часто з телеекранів до глядача може дійти така інформація, яка суперечить всім етичним нормам і не може бути представлена перед широкою аудиторією. Тому етику іноді називають «проблемнимм місцем вітчизняного телебачення».

У погоні за сенсаційністю та видовищністю творці інформаційних телесюжетів часто нехтують усіма етичними нормами. Але завжди варто пам'ятати, що престижний телеканал, який випускає якісну продукцію, ніколи не стане джерелом забороненої та недопущеної інформації. До того ж порушення етичного кодексу журналіста може призвести до скандалу та падіння рівня телеканалу.

Такі відомі всеукраїнські телеканали, як «Інтер» та «1+1» вирізняються професійністю редакційної обробки інформаційних повідомлень. Тим не менше, навіть на таких престижних та відомих телеканалах часто трапляються порушення етичних норм, що свідчить про їх недосконаліть. На підставі аналізу «Новин» та «ТСН» можна зробити висновок, що робота над систематизацією та деталізацією етичних норм є актуальною. І дослідження в цьому напрямі дозволять виокремити основні чіткі вимоги до етичності телебачення, які звільнять його від «інформаційного бруду».

Література

1. Іванов В Журналістська етика [2-ге видання] / В. Іванов, В. Сердюк. – К. : Вища школа, 2007. – 389 с. Кузнецова О. Професійна етика журналістів [2-ге видання] / О. Кузнецова. – Л. : ПАІС, 2007. – 244 с.
2. Партико З. Загальне редагування: нормативні основи : навчальний посібник / З. Партико. – Львів : Афіша, 2011. – 640 с.
3. Партико З. Галузеві норми редагування телепередач [Електронний ресурс] / З. Партико. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1814
4. Zacher L. Rewolucja informacyjna i społeczeństwo / Lech Zacher. – W. : Transformacje, 1997.– 322 s. 11. Reevez B. Media i ludzie / Byron Reevez, Clifford Nass. – W. : PIW, 2000. – 336 s.

Наталуха Альона
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Романюк Н.В.

ВИКОРИСТАННЯ СТЕНДАПУ В СУЧАСНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ НОВИН «ТЕЛЕКУР'ЄР» ТЕЛЕКАНАЛУ «ЗАПОРІЖЖЯ»)

«Стендап» у телевізійних сюжетах набув неабиякої популярності. З одного боку, це спосіб передати інформацію через появу журналіста в кадрі, а з іншого – це засіб привернення уваги глядача та придання динамічності сюжету. Існую чимало визначень поняття «стендап». Систематизувавши їх, можна сказати, що «стендап» – поява журналіста в кадрі, переважно з місця події, це частина смислового сюжету, що вмотивовується необхідністю надати, розтлумачити чи систематизувати додаткову інформацію[5, с.117]. Цей термін у своїх дослідженнях згадують такі науковці: І. Мащенко, В. Бугрим, А. Яковець, І. Михайлин, О. Довженко, В. Цвік та ін. Деякі з них стверджують, що журналіст насамперед використовує цей прийом, щоб «ефект присутності» у глядачів. Інші наполягають, що «стендап» – це можливість перетворити репортера в пізнавану особистість. Функції «стендапів» у новинних сюжетах і способи подання його на сучасному телебаченні зумовили актуальність нашого дослідження.

Мета роботи полягає у виявленні різновидів «стендапів» та їх вмотивованому використанні під час підготовки та подачі в ефір телевізійних новин на регіональному рівні на прикладі програми телеканалу «Запоріжжя», «Телекур'єр».

В інформаційному телематеріалі стендап необхідний і застосовується з кількох причин: наголосити, що репортер перебуває безпосередньо на місці події, підсумувати викладену попередньо інформацію чи розповісти про перспективи розвитку цієї події, сконцентрувати увагу глядачів на найбільш вагомих фактах і аргументах [1, с.157]. Також такий прийом журналістки дає можливість зробити плавний перехід від однієї частини сюжету до іншої, а також вирішити проблему нестачі або ж повної відсутності цікавого відеоряду. Зрештою, відбувається важливий комунікаційний процес: телевізійна аудиторія одразу впізнає, ідентифікує журналіста, який регулярно використовує «стендап» [1, с. 160].

Журналісти новинної програми «Телекур'єр» (телеканал «Запоріжжя») теж часто послуговуються «стендапом», зокрема тоді, коли розповідають соціально важливі проблеми суспільства, зазвичай на початку або наприкінці сюжету, щоб за 20-30 секунд розповісти передісторію події або ж підсумувати те, про що говорилося в матеріалі. Рідше «стендап» використовують двічі: щоб показати розвиток подій і коротко окреслити, що трапилося за

певний проміжок часу. Отже, сюжет має приблизно такий вигляд: на початку підводка ведучого у студії (15-20 сек.), безпосередньо «стендап» (20-30 сек.), далі три основні частини, скелет сюжету (текст кореспондента за кадром і синхрони), по закінченню – це або закадрова начитка або ж «стедап-підсумки». Загалом сюжет триває 2-2,5 хвилини.

Поява журналіста в кадрі наразі є досить популярним. Це надає картинці на телеекрані динамічності та привертає увагу глядача. У результаті аналізу наукових досліджень сучасного телестендапу виділимо такі три його функціональні групи:

1) стендап-свідчення. Він підкреслює місце події та безпосереднє перебування тут самого репортера, тобто підсилює ефект присутності. Крім того, репортер може виступати в ролі демонстратора, експерта (скажімо, відтворюючи пройдений героєм репортажу шлях, якщо це важливо для теми);

2) стендап-неминучість. Застосовується тоді, коли іншого способу розповісти про подію в журналіста немає. Наприклад, коли з об`єктивних причин він не може потрапити на місце форс-мажорної події. За таких умов йому логічно самому переповісти в камеру, що відбувається поза кадром;

3) стендап-коментар. Дозволяє підкреслити особливий нюанс теми, зробити перехідний «місток» між кількома сюжетними лініями чи різними аспектами. У фіналі репортажу може бути і як своєрідна візуальна «візитівка» журналіста та оператора [6, с.131].

У новинній програмі «Телекур'єр» (телеканал «Запоріжжя») журналіські стендами тривають не більше 20 секунд. Найчастіше це 2-3 короткі лаконічні речення, які розказують перед історію події. Наприклад: сюжет про техногенну безпеку у Запоріжжі та про стан хімічно небезпечних об'єктів загалом у регіоні. Щоб виправдати актуальність теми, журналіст «з'являється у кадрі» з коротким пояснення вже ставшихся подій: «такими індустріальними пейзажами запоріжців не здивувати. Однак дими проммайданчиків, нині не найбільша загроза. Диверсія, що сталася у Куйбишевському районі підняла на поверхню і іншу проблему техногенну безпеку в обласному центрі». Замість фрази-кліше «за моєю спиною..», журналіст в кадрі зміною ракурсу просто демонструє реалії.

Ще одне правило: жодних цифр! «Кожен п'ятий українець…», «Більше трьох тисяч людей вийшли сьогодні на акцію протесту…» – будь-яка статистика множить стендап на нуль – глядач усе одно її не запам'ятає. На слух цифри сприймаються дуже погано, тому їх краще взяти в закадровий текст або ж порівняти з чимось.

Стендап може, як покращити, розшири , створити ефект присутності, так і зіпсувати – використавши журналістки прийом лише для затягування ефірного часу. У програмі «Телекур'єр» (телеканал «Запоріжжя») стендам функціонує, як місток для з'єднання частин сюжету, аби коротко розповісти про події в динаміці. Частіше за все, цей прийом журналісти використовують на початку аби розказати про події, що передували. Відзначається також динамічністю, кореспондент у кадрі не приймає статичне положення, а навпаки знаходиться у русі або ж демонструє те про, що говорить. «Стендапи» у новинній програмі «Телекур'єр» відзначаються динамічністю та великою кількістю «інтершуму», що дозволяє передати ефект присутності безпосередньо на місці події.

Література

1. Головецький В. Трансформація стендапу на українському телебаченні / В. Головецький // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 1. – С. 157-163.

2. Мащенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу / І. Г. Мащенко. – К. : Україна, 2005. – 384 с.

4. Михайлин І. Л.Основи журналістики: Підручник / І. Л. Михайлин. – К. : Центр учбової літератури, 2011 – 496 с.

5. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика / В. Л. Цвик. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 227с.

6. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика / А. В. Яковець – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 239 с.

Лєдова Христина
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.соц.ком., доц. Любченко Ю.В.

СЛОВО ЯК ВИРАЖАЛЬНИЙ ЗАСІБ У ДІЯЛЬНОСТІ РАДІОЖУРНАЛІСТА

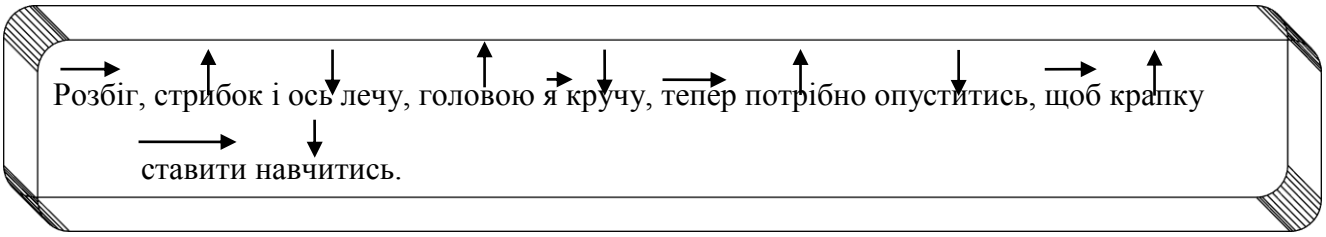
Радіо як засіб масової інформації успішно існує вже багато років. Навіть із винайденням телебачення та Інтернету, радіо не втратило свою аудиторію. Його популярність пояснюється особливостями аудіального ЗМІ, а саме: оперативністю, зручністю у сприйнятті, а також емоційністю перцепції. Ще до появи радіо було доведено, що людина в міру своїх можливостей намагається перевести звукові враження в зорові. Тобто, збуджуючи уяву, радіо змушує працювати фантазію і мислення, викликає емоції. Тому дослідження основного виражального засобу радіожурналістики залишається актуальним і сьогодні.

Мета дослідження полягає у вивченні виражальних властивостей слова в сучасному радіомовленні. Об'єктом роботи є тексти радіожурналістів в контексті написання й інтонаційного наповнення. Предмет статті – слово як виражальний засіб радіожурналістики, його прагматичні й просодичні характеристики.

У роботі зі словом перед журналістом виникають відразу три завдання. По-перше – слова повинні точно описувати подію, яка є об'єктом журналістської уваги, достовірно передавати її атмосферу. Саме в цьому полягають прагматичні властивості слова як виражального засобу радіожурналістики. У якості прикладу можна розглянути фрагмент з репортажу «Радио-вести»журналістки Тетяни Гончарової за 01.03.16.: «Мирный житель получил тяжелое ранение во время арт-расстрелов в Марьянке Донецкой области. По сообщению пресс-службы главного управления Национальной полиции в области, накануне вечером террористы открыли огонь по прифронтовому городу. Один из снарядов попал в частный двор. Мужчина 68-го года рождения получил многочисленные осколочные ранения. Сейчас пострадавший находится на операции в больнице Курахова с травмами грудной клетки и брюшной полости. По сообщению медиков, состояние больного крайне тяжелое». Цей зразок показує як важливо не просто правильно знайти слово, але відтворити його чесно, тобто точно відносно до події. Радіо, так само як і книга, сприяє створенню емоційного та мислиннєвого балансу слухача.

Друге завдання журналіста – знайти найбільш точну інтонацію, яка часто несе в собі не менше відомостей, ніж сам зміст матеріалу. У журналістській літературі нерідко є посилання на слова Б. Шоу, який колись сказав, що є лише один спосіб написати слово «так» або слово «ні», але є безліч варіантів їх вимови, причому часто з прямо протилежним значенням. [1].У тексті найчастіше виділяють інтонаційно-логічні та інтонаційно-синтаксичні паузи. Якщо не робити логічних пауз, матимемо суцільний текст, у якому незрозуміло, які слова в реченні пов'язані за змістом й об'єднані інтонаційно. У якості прикладу інтонацію мовлення можна зобразити схематично:

Мал.1



Мал.1 Інтонація мовного відрізу

Третя задача, яка стоїть перед радіожурналістом в роботі над словом, – пошук логічних і експресивних наголосів. Треба вміти мовцю користуватися чергуванням тональності (підвищенням і пониженням), чергуванням наголосів і пауз. Інтонація мовця є одним із засобів впливу на аудиторію, саме звучання мовлення має викликати певну реакцію

слухача, дати йому можливість зрозуміти, наскільки відвертим чи ні є журналіст, розпізнати внутрішній стан мовця, дізнатися його ставлення до того, про що йдеться. Якщо інтонація відсутня або надає змісту емоційного висвітлення, мовлення буде недієвим, залишиться абстрактним текстом. [3.]. Важливим критерієм якості роботи біля мікрофона можна вважати і відкриту психофізичну залежність мови мовця від розуміння ним важливості повідомленої інформації та його щирості: «Невіра в те, що говориш, відсутність справжнього завдання...».[2]. Одна з основних форм усного мовлення – діалогічність. Журналіст біля мікрофона завжди звертається до слухача, вбачаючи в ньому реального співрозмовника, активного учасника двостороннього контакту.

Отже,радіорепортер творить у момент виходу в ефір. На його боці всі засоби радіожурналістики: мова, документальні шуми, музика. Слово, що звучить по радіо, має величезну емоційну силу. Саме якість мовлення свідчить про фахову підготовку, особистісну спрямованість творчого пошуку, самовдосконалення радіоведучого. Зрештою, володіння багатством виражальних засобів мови є ознакою поваги до читача, слухача, до країни, в якій працюєш і врешті решт до себе як громадянина цієї держави.

Література

1. Радиожурналистика / Под ред. А. Шереля. –М.: Изда-во Моск.унив, 2000. – 480 с.
2. ЗарваМ.В. – Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач, справочное пособие / М.В. Зарва. – ФЛИНТА, 2011. – 376 с.
3. Любченко Ю.В. – Виражальна система радіожурналістики: монографія / Ю.В. Любченко. – Запоріжжя : АА Тандем, 2016. – 192 с.

Лебедєва Ольга
студентка магістратури факультету журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Тяпкіна Н.І.

ВИЗНАЧЕННЯ СВІТОГЛЯДНИХ ДОМІНАНТ ПРИ АНАЛІЗІ УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ

У грудні 2015-го року в рамках Львівського медіа-форуму були презентовані результати соціологічного дослідження «Конфлікт у ЗМІ & ЗМІ у конфлікті» агенції «Фама» на замовлення безпосередньо Форуму та Школи журналістики Українського католицького університету [1]. Це дослідження підтвердило, що для 89% аудиторії саме телевізійні новини є головним джерелом новин, інше дослідження на замовлення телеканалу «24» зазначає, що пересічний українець витрачає майже 40 годин на тиждень для перегляду телебачення. І лише 12% опитаних готові повністю відмовитись від перегляду телебачення [2].Беззаперечно такі цифри є підтвердженням, що на цей момент телебачення є ресурсом №1 в медійному просторі України. Тому важливим питанням є вивчення співвідношення українського телевізійного дискурсу з типами світоглядів, які активно нав’язуються через телебачення. З цього випливає і основне завдання нашого дослідження: визначитися з категоріальним апаратом, який буде застосований у подальшому вивченні українського телевізійного дискурсу та окресленні презентованих світоглядних домінант.

Світогляд –цепритаманне окремому індивіду, групі, соціуму, людству сукупність оцінок, переконань, принципів, які необхідні для визначення власного місця в житті, власне картини життя, розуміння минулого та прогнозування майбутнього[3]. Для нашого дослідження найважливішою є класифікація типів світогляду, що формувались протягом історії людської цивілізації: міфологічний, релігійний, філософський. Щоб в подальших дослідженнях була можливість визначити притаманні телевізійному продукту риси кожного зі світоглядів, нам в першу чергу необхідно визначити домінантні риси усіх трьох типів світоглядів.

Міфологічний світогляд з історичної точки зору є типом світосприйняття, властивим первісним суспільствам, яке характеризується слабкістю абстрактного мислення, емоційнім і

метафоричним характером, невіддільністю людини від природи, нерозумінням природних явищ і тому появою уявлень про надприродність. Зважаючи на те, що деякі дослідники виділяють, наприклад, побутовий тип світогляду як той, що виникає завдяки досвіду, стихійно та спонтанно, ми хочемо наголосити, що саме стихійність, спонтанність, опора на власний практичний побутовий досвід є історичними властивостями міфологічного світогляду. Сучасні міфи – це не лише конспірологічні й пропагандистські теорії,а йзабобонне мислення і тяга до «надприродного». Наприклад, прикладом таких домінант в українському телевізійному дискурсі є шоу каналу «СТБ» з циклу «Битва екстрасенсів».

В основі релігійного світоглядулежить вже трохи зріліша концепція розуміння світу. З'являється розділення між людиною та природою, з'являються поняття святості, як еталону, хоча звичайно людство в релігійні догми закладало мораль, набуту за часи розвитку ще міфологічного типу мислення. Природа віри, як і природа міфу слабка з точки зору домінанти абстрактного критичного мислення, вона заснована на емоційному підґрунті і слабкому розумінні законів природи. Релігія на українському телебаченні присутня постійно, особливо зараз, в часи військових дій. У теленовинах на усіх телеканалах нам демонструють чисельні молебні, інтерв'ю зі священнослужителями на різні теми, політиків в релігійних закладах. Інформаційний «5 канал» на важливі християнські свята проводить пряму трансляцію з коментуванням священнодійств як католицького, так і православного канонів.

Філософський світогляд – це абстрактно-понятійна систематизована теоретична система мислення, яка спирається не на авторитет, а на знання та докази, осмислює соціальні, суспільні, естетичні, наукові, політичні, економічні концепти. Філософія прагне розв'язати абсолютні питання та проблеми людського буття. Ми не стали виділяти окремо науковий тип мислення, який часто виділяється в деяких класифікаціях, як концепт розуміння світу через доказові істини, добуті шляхом відкриття об'єктивних законів світу і передбачення тенденцій його розвитку.

Мік Руголсфорд у посібнику «Наукова комунікація у мас-медіа» зазначає: «Репортажі про нові досягнення в галузі науки та медицини для широкого загалу можуть бути однією з найбільш захоплюючих сенсацій на шпальтах будь-якої газети або у програмі телебачення чи радіо» [4]. Для українського телевізійного дискурсу ключові слова в цій цитаті – «можуть бути». Тому що за останні дванадцять місяців жодний науковий прорив не попав в перші блоки випусків теленовин.

Вивчати на науковому рівні наповнення контенту телевізійного продукту в Україні дуже важливо не лише для наукового та навчального процесу з соціальних комунікацій, а й для практичної діяльності медіа, тому що користуючись мовою науки, в нашому випадку, філософії, критичне ставлення до українського телебачення виходить за рамки категорій «подобається чи ні», «зроблене професійно чи ні», і може дати відповіді для розуміння не лише стану телебачення, а й стану суспільних взаємовідносин.

Література

1. Найпопулярніші ЗМІ в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lvivmediaforum.com/news/najpopulyarnishym-zmi-v-ukrajini-zalyshajetsya-telebachennya-infohrafika/

2. Наскільки українці залежні від телебачення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://24tv.ua/naskilki_ukrayintsi_zalezhni_vid_telebachennya__statistika_n650731

3. Aerts D., Apostol L. World Views: from Fragmentation to Integration[Електронний ресурс] / D. Aerts, L. Apostol // Center Leo Apostol. – 2007 – Режим доступу : http://www.vub.ac.be/CLEA/pub/books/worldviews.pdf

4. Наукова комунікація у мас-медіа, за ред. В. Різуна. – Львів: Українська академія друкарства, 2009. – 124 с.

Павлова Олександра
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Іванець Т.О.

РЕКЛАМА РЕСТОРАННИХ БРЕНДІВ У ЗАПОРІЗЬКОМУ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЖУРНАЛІ «VIP CLUB»

Ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Ключового значення для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств при цьому набуває активізація їх маркетингової діяльності, однією з найважливіших складових якої є реклама. Тому, застосовуючи на практиці маркетинговий підхід у вирішенні зазначеної проблеми, підприємства ресторанної сфери звертаються до реклами, як до потужного засобу пошуку споживача, який сьогодні є єдиним гарантом успішності бізнесу.

Деякі дослідники вважають, що реклама у друкованих засобах масової інформації є не дуже ефективною, проте, не дивлячись на це, вона дуже часто використовується при просуванні ресторанів.

Питанням рекламних стратегій ресторанного брендингу займалися В. Бородіна, Н. Воробйова, О. Гусева, С. Карпова, О. Красовська, А. Лесник, В. Перція, І. Прасол, А. Радіонов, О. Сушко, С. Хамініч, Д. Шевченко та інші.

Як елітний регіональний рекламно-інформаційний журнал зарекомендував себе «VIPclub». На сторінках цього повнокольорового видання можна знайти цікаву інформацію, адреси, телефони кафе, пабів, нічних клубів, барів, ресторанів тощо. Розглянемо на конкретних прикладах рекламування брендів ресторанного бізнесу.

Ресторан «Fishcafe» (http://www.wish.zp.ua) пропонує широкий вибір європейської та японської кухонь. Це повносервісний рибний ресторан, головною концепцією якого є поєднання комфорту, стилю і вишуканої кухні. Заклад часто відвідують відомі зірки, персони міста, і за своїм рівнем ресторан претендує на заклад VIP-класу. Ресторан «Fishcafe» можна віднести до класу люкс, тому що має місце вишуканість інтер'єру, високий рівень комфортності, широкий вибір послуг, асортимент оригінальних, вишуканих замовлених і фірмових страв (переважно із риби та суші), широкий вибір фірмових напоїв, коктейлів. Реклама запорізького ресторану, яка є постійною у журналі «VIPclub» зроблено у мінімалістичному стилі. Реклама є іміджевою. У верхній частині по центру розміщено логотип закладу – назва прописними літерами у вигляді риби. Назва повторюється двічі, для кращого запам’ятовування. Центральну частину рекламного повідомлення займає гарно зроблена фотографія тарілки з льодом та мідіями (які є основним інгредієнтом меню цього закладу) на чорному фоні. Над зображенням – вербальна складова – надпис «Premium menu». Як бачимо, смисл один – найкраще меню найкращого закладу, для найкращих клієнтів. Слова «преміум меню» служать підштовхувачем спробувати ці страви.Основні кольори, які прослідковуються у кожній рекламі цього ресторану – це чорний, білий та сірий. Вони означають: чорний – символізує витонченість, самозанурення, він допомагає сконцентруватися на вирішенні конкретного замовлення. Білий – колір повної відкритості, не несе жодних неприємних відчуттів. Використання цього кольору в друкованій рекламі створює нейтральний ефект, коли споживачеві реклами просто повідомляється інформація про товар, без встановлення будь-яких акцентів і пріоритетів. Сірий – викликає відчуття стабільності і реалістичний настрій. Щодо структурних елементів у цьому варіанті постеру можна виділити вербальну та візуальну складову. Також до вербальної складової є адреса, яка знаходиться внизу сторінки по центру, що відразу фокусує увагу та телефон. Кількість шрифтів – два, що не суперечить правилам 5+2. Реклама «Fishcafe» зображена у мінімалістичному стилі, завдяки чому її будуть читати та розглядати.

Реклама ресторанного комплексу «Sunrise» (www.sunrisepark.com.ua) є одним із лідерів по використанню журнальної реклами, яка розташована у запорізькому журналі «VIPclub» за квітень-травень 2014 № 47 на 82-83 сторінках. Для рекламування керівництво закладу обирає

найдорожчий і, можна сказати, елітний жанр рекламного постеру. Він займає всі двісторінки – цілий розворот. Керівник закладу та головний редактор журналу є партнерами. Саме в цьому ресторані відбуваються кожного року церемонії-нагородження «VIPclub». Реклама є іміджевою. Вона зображена практично у кожному номері журналу. Це свідчить про плідну співпрацю та вже уставлений імідж закладу і про великий бюджет самого ресторану, адже не кожен ресторан може дозволити рекламу на найдорожчих сторінках видання. Такий стиль реклами притаманний багатьом закладам, які розміщуються у журналах, адже якщо це відомий бренд, то йому не потрібна реклама, він просто нагадує про себе, створюючи іміджеву рекламу. Із зображення стає зрозумілим, що цільова аудиторія ресторанного комплексу – еліта, але цільовою аудиторією реклами є в переважній більшості жінки, бо чоловіки саме їм віддають право вибору закладу, який їм відвідати. Рекламу подано у формі 6 різних, якісно зроблених, фотографіях. Зображення по смислу є однаковим, різною є лише обстановка. Сучасний вишуканий інтер'єр, вишуканий стіл з квітами, кришталевий посуд та серветки, найдорожчі елітні напої, страви – все це поєднує яскравість подачі, сучасні модні тенденції, зручність, високоякісні матеріали та сучасні технології виробництва. Кольористика рекламних постерів виконана переважно у яскраво жовтих, пастельних кольорах, що, власне, взаємодіє із назвою ресторану, який розміщено над фото і є логотипом. «Sunrise» перекладається як «схід сонця» і тому зрозуміло, чому за основу взято такий колір. Слоган у рекламному повідомленні відсутній, вербальна складова – лише назва, адреса та контактні телефони. У цій рекламі жовтий уособлює собою сонце, тепло, весну, літо та квіти. На кожній фотографії наявний атрибут живих квітів. Жовтий колір викликає позитивні асоціації у рекламі. Основні також кольори: білий, рожевий – пастельні, які відображають весняно-літній настрій. Реклама є не перевантаженою та всі кольори гармонійно доповнюють один одного. Майстерно зроблені фотографії елітних страв на білих скатертинах передають відчуття ніжності, чистоти. Кожне рекламне повідомлення виглядає вишукано, модно і стильно. Щодо композиційно-графічного оформлення, то реклама є короткою, лаконічною та зрозумілою, як і притаманно іміджевій рекламі.

Італійське кафе «Розмарин» (rozmarin.zp.ua)представлене у журналі «VIPclub» за червень-липень 2015 № 54 на 60-61 сторінках. Реклама виконана у інформаційному жанрі рекламної статті. Це є вигідною позицією, адже для того, щоб журнал читали, необхідно створювати не тільки модульну рекламу, але і текстову, щоб досягти балансу між вербальним і візуальним аспектом. Реклама ресторану повідомляє нам про відкриття затишної літньої тераси, кожен день з 8.00 до 11.00 запрошує смачно поснідати, любителям східної екзотики пропонує кальян тощо. Заголовком слугує логотип бренду, який містить назву закладу. Реклама починається із логотипу, який розташований зверху посередині, під яким розміщено інформацію – лише адресу закладу. Гарні композиційно 4 фотографії закладу створюють позитивно налаштований настрій на подальше прочитання інформації. У візуальній складовій назва «Italiancafé» повторюєть 6 разів, а у вербальній назва «Розмарин» – 4. Багаторазове повторення сприяє швидкому запам'ятовуванню, але таке перевантаження може спричинити негативне ставлення до цього бренду. Візуально стаття підкріплена вдалими зображеннями – велосипед із живими квітами, десерт із морозива та полуниці, вишуканий стиль у оформленні інтер'єру в пастельних тонах. Реклама зображена на білому фоні, що не відволікає увагу від основного тексту. Назва ресторану відповідає назві рослини, походить від латинського слова rosmarinus — «морська роса». Не випадково декор закладу виконано у цьому стилі. Адже квіти цієї рослини перетворилися із білих у блакитні. Тому, напевне, й колористика закладу пов'язана з блакитним кольором – символом божественності, правди і мудрості.

Отже, за весь час існування таких ресторанів, як «Fishcafe», «Sunrise», «Розмарин», на регіональному ринку, вони позиціонують себе як одні з найкращих і престижних ресторанів міста Запоріжжя, мають найкращий імідж. Проаналізувавш рекламу ресторанних послуг у запорізькому глянсовому журналі «VIPclub», ми побачили, що вона є гарною, якісно зробленою, іміджевою.

Література
1. Воробйова Н. Реклама та її вплив на розвиток ресторанного господарства [Електронний ресурс] / Н.П. Воробйова. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/vorobjova2.htm
2. Родионов А. Стратегия позиционирования бренда для предприятий ресторанного бизнеса : Учеб. пособие / Родионов А.С., Ильина Е.Л., Найденов Ю.С., Кузнецова А.А. – М. : Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 2009. – 87 с.
3. Сушко О. Рекламні стратегії підприємства ресторанного господарства / Сушко Ольга Володимирівна : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня к. економ. н. – Донецьк, 2006. - 22 с.

Попова Анастасія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Горбенко І. Ф.

ЗАСОБИ ПРОМОЦІЇ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНУ МЕРЕЖУ «INSTAGRAM»

Важлива роль у розвитку книговидавничого ринку належить спеціальним заходам, спрямованим на підвищення інтересу до видань. Дослідженням маркетингу та реклами книжкової та видавничої продукції займалися такі вітчизняні дослідники, як: Г. Глотва, Т. Гринівський, О. Дадак, Н. Дзиґа, М. Каменська, Г. Ключковська.І. Копистинська, В. Маркова, В. Теремко та інші.

Мета дослідження: визначити промоційні засоби у соціальній мережі «Instagram».

Об'єкт дослідження: сторінка видавництва «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» в соціальній мережі «Instagram».

Соціальні мережі є однією з форм популяризації видавничої продукції. А популяризація різноманітних видань – це реалізація певних промоційних заходів, завдяки яким буде рекламуватися конкретне видання та про нього будуть дізнаватися із різних куточків країни та світу [3].

Сьогодні на сторінках у різних соцмережах видавництва певним чином намагаються популяризувати свою продукцію, донести свіжі новини до реципієнта. Виклад певної інформації, яка буде корисною для покупців та читачів здійснюється декількома засобами: презентації книг через сторінку із зазначенням певного хештегу; повідомлення про вихід у світ нової видавничої продукції; обмін інформацією про акції та ділові пропозиції. Тобто вся ця інформація і є промоцією.

Промоція – це тип уявлення продукту, лінійки продуктів, сервіс для того, щоб отримати аудиторію і привернути увагупотенційних клієнтів до нього. [2].

Соціальна мережа «Instagram» останнім часом набула великої популярності не тільки серед молоді, але і серед людей старшого віку. Найголовніша особливість цієї соціальної мережі – це швидкий пошук певної інформації про подію, новину, яка буде відбуватись чи вже відбулась за допомогою так званого хештегу. Видавництво «Абабагаламага» намагається якісно рекламувати свою продукцію та має в цій соцмережі багато підписників.

«Видавництво Івана Малковича "А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА"»– українське книжковевидавництво, першеприватне дитяче видавництво незалежноїУкраїни, засноване уКиєві 1992 року. З2008року друкує книжки для усіх вікових груп. Засновник, директор та головнийредакторвидавництва –українськийпоетІван Малкович [1].

Читач, перебуваючи на сторінці цього видавництва в соціальній мережі «Instagram», може дізнатися майже весь світ сучасної продукції та долучитися до обговорення конкретних проблем книговидання та реклами видавничої продукції.

Справа в тому, що видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» на своїй сторінці здійснює промоцію не тільки видань українських авторів, але також і зарубіжних. Гарним прикладом є великий наклад видань про «Гаррі Поттера». В «Instagram» розміщують новини

про вихід у світ перевиданих видань цієї серії з новою обкладинкою, надрукованою оригінальною мовою.

Також в цій соцмережі повідомляється про різні конкурси та заходи, які будуть відбуватися протягом певного періоду. Під так званим постом всі охочуючі можуть запитати, якщо щось невідомо чи просто поділитися своїм враженням про вже завершений якийсь захід [4]. Інформація оновлюється в соціальній мережі «Instagram» кожен день із проміжком у 2-3 години. Все залежить від того заходу, який вже відбувся чи тільки планується.

Підводячи підсумки, можна зазначити, що в результаті аналізу сторінки «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» в соцмережі «Instagram» було виявлено, що це видавництво вдало подає інтерпретацію інформації про книгу з метою подальшої її реалізації.

Промоційними засобами в соціальній мережі «Instagram» є такі:

1) непрямий рекламний характер акцій, що дає ширший простір для інтерпретування інформації про книгу в зручному інтерфейсі та масштабі;

2) змістове наповнення стрічок різноманітними новинами (афіша різних подій, пов’язаних з популяризацією видавничої продукції, літературні вечори, повідомлення про різних письменників та інше);

3) можливість ділитися особистими враженнями про прочитану книгу з іншими людьми (система коментування, швидкого пошуку);

4) естетичний вид соцмережі, який краще сприймається та більш вдало діє на читача/реципієнта.

Такимчином, можназробити висновок, що сторінка«А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» в соцмережі «Instagram» є одним із найефективніших засобів привертання уваги читача, а також здійснення промоції книжкової продукції.

Література

1. «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https : //uk.wikipedia.org/wiki/А-ба-ба-га-ла-ма-га

2. Ключковська Г. Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ : дис. … канд. філол. наук / Укр. академія друкарства. – Л., 2000. – 208 с.

3. Книжная промоция как взаимодействие книжного дела и СМИ (основы формирования украинской модели) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http : // cheloveknauka.com/knizhnaya-promotsiya-kak-vzaimodeystvie-knizhnogo-dela-i-smi-osnovy-formirovaniya-ukrainskoy-modeli

4. Сторінка видавництва«А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА»в соцмережі «Instagram» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https : // www.instagram.com/explore/tags/абабагаламага/

Токмань Діана
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.соц. доц. Любченко Ю.В.

ІНТЕРАКТИВНІСТЬ СУЧАСНОГО РАДІО В КОНТЕКСТІ ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЄЮ

Пропозиція породжує попит. Аудиторія є безпосереднім керівником сітки мовлення. Проте, тільки у 80-х роках минулого століття радіостанції почали залучати слухачів. За словами А. Заліченко, задля цього на радіостанціях почали широко використовуватися телефони як засіб зв'язку [1]. У прямому ефірі радіостанції порушувалася будь-яка тема, а обговорювали її діджеї, які розмовляли з пересічним слухачем про те, що потребувало кваліфікованого тлумачення, пояснення чи поради. З того часу форми інтерактиву значно змінилися і сьогодні є визначальними для рейтинговості радіостанцій, у чому полягає актуальність дослідження. Мета дослідження полягає у вивченні сучасних форм інтерактивності в радіомовленні. Об'єктом розвідки є інтерактивні передачі радіостанції

«Хіт-FM». Предмет дослідження– інтерактивність як визначальний чинник ефективності роботи радіостанції.

Для аналізу ми обрали радіостанцію «Хіт FM», яка за результатами всеукраїнського рейтингу bigmir.net посідає перше місце.

Однією з найрозповсюджених форм інтерактивності є робота з аудиторією у прямому ефірі. Слухачі можуть взяти участь у проектах станції. На «Хіт FM» такі програми бувають чотирьох типів: 1) ведучі в ефірі називають ім'я людини, що зареєструвалась на сайті, та висилають їй подарунок («Діамантоманія»); 2) перший слухач, що додзвонився, стає переможцем («Кохання з першого слова»); 3) ведучий на замовлення вітає з Днем народження і дарує подарунок («Викрутаси»); 4) аудиторія надсилає смс-повідоплення, за якими визначається переможець. Наприклад, проводить конкурс, за яким спочатку ведучі оголошують у прямому ефірі , що відкривається реєстрація смс-повідомлень з певним текстом. Через певний час один з учасників повинен відгадати відомий хіт по вступній музиці. Якщо мелодію вгадали, то надається шанс поборотись за 10 000 гривень. Класичного «хіт-параду» та програми «пісні на замовлення» радіохвиля не має.

Українське радіомовлення, як аналітичне, так й інформаційне, починає використовувати у своїй діяльності інтерактивність методом листування. За словами М. Нагорняк, саме через листи публіки на Державній телерадіомовній компанії відбулись зміни у веденні випуску новин [2]. Листування поштою через низьку мобільність відійшло у минуле. Нові засоби комунікації спростили спілкування. Майже кожна радіостанція має власний сайт. Електронна інтерактивність «Хіт FM» полягає не тільки в online-голосуванні, а й у можливості подати заявку на участь у всіх конкурсах. Основною лінією зворотнього зав'язку є соціальні мережі. Аудиторія може написатине тільки на електронну пошту, а й у офіційні групи на сайтах: Facebook, Vk, Twitter та залишити коментар у Instagram і YouTube. Існують «електронні акції», в соціальних мережах можна брати участь у різних розіграшах. Наприклад, ведучі ранкового шоу «Хеппі Ранок» зашифровують в абревіатуру з трьох букв актуальну новину. Викладають пост на сторінках. Завдання аудиторії полягає в наданні варіантів розшифровки. Через годину в ефірі обирається найкращий варіант, а його автору дарують квитки на концерти відомих виконавців. Доречі, перед тим, як аудиторія потрапляє на головну сторінку сайту, їй одразу пропонується віддати свій голос музичній композиції. Проте, відсутнє головне голосування, як, наприклад, на сайті Люкс FM, де основна сторінка має певний перелік питань і будь-хто може проявити свою думку. Також на сайті дається змога підтримати пацієнтів відділення дитячої онкології Національного інституту раку за спрощеною процедурою. У рубриці «Допомога дітям» знаходиться повна інформація про пацієнтів, що у тяжкому стані.

Ще одна досить популярна форма комунікації з аудиторією – це позастудійний інтерактив. Існують виїзні проекти радіостанцій, або участь ведучих у промоційних заходах (наприклад, ведучі ЛюксFM організовують вечірки). «Хіт FM» не виключення. «Голоси» радіохвилі щотижня проводять радіодискотеки. Станція організовує тематичні концерти («Суперзірка 90-х»).

О. Зелінченко говорить: «Кожна українська комерційна радіохвиля на початку та всередині 90-х (коли тільки зароджувалося інтерактивне ведення програм) певний період після свого заснування вела мовлення або в запису, або ж без залучення слухача…Поступово, зрозумівши, що відбою від слухачів ніколи не буде, радіостанції активно переходять на двосторонній зв'язок зі своєю аудиторією» [1]. До того ж, активна робота з аудиторією сприяє маркетинговому зросту. Керівництво радіостанції може порівняти свого потенційного слухача з цільовим, адже за допомогою опосередкованого спілкування можна з'ясувати вік, соціальне становище, рівень освіти, а також смаки та вподобання слухачів, щодо музичного матеріалу, програмного продукту, тощо.

Отже, не дивує той факт, що «Хіт FM» займає перше місце у рейтингу, бо використовує велику кількість методів впливу на споживача інформації. Найрозвиненішою формою інтерактивності станціє є спілкування у прямому ефірі. Розмовляючи особисто зі

слухачем, радіохвиля підвищує активність аудиторії, створює ефект співучасті у створенні програми.

Література

1. Зелінченко О. А. Інтерактивність як основа «живого» радіомовлення: історія виникнення та важливість упровадження соціального замовлення аудиторії [Електронний ресурс]/ О. Зелінченко. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1508

2. Нагорняк М. В. Інтерактивність як визначальний чинник ефективності розмовних програм інтернет-радіостанцій / М. В. Нагорняк // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 57. – С. 157–163

3. Офіційний сайт Хіт FM [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.hitfm.ua/happy/best/

Бестерженєва Лоліта
студентка 2 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук.кер.: к.філол.н., доц. Плеханова Т.М

ЗАСТОСУВАННЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ PR-КАМПАНІЙ

Розвиток демократичних та ринкових процесів в українському суспільстві все більше стимулює становлення і розвиток такої галузі знань і одночасного системи практичних методів і технологій управління, як Паблік Рілейшнз. В Україні, як і в багатьох інших країнах, які обрали шлях демократичного розвитку, в цей період відбувається становлення системи активних публічних комунікацій, учасниками яких стають державні та суспільні інститути, громадяни як члени соціуму. Суспільство розвивається з демократією і цивілізованими публічними комунікаціями, породжує новий рід соціальної діяльності - паблік рілейшнз (PR).

Будь-яка практична соціальна діяльність не обходиться без інструментарію, від ефективності якого безпосередньо залежать її результати. У сфері паблік рілейшнз сьогодні представлена сукупність реалізованих нині PR-практик, в яких застосовуються безліч різних засобів та технологій, що дозволяють швидко і ефективно досягати поставлених цілей. Але особливу увагу треба приділити використанню одному з найголовніших інструментів PR, таких як невербальна комунікація, тому що «мова рухів» необхідна будь-якій людині, не кажучи про фахівця з PR, що має розуміти та ефективно використовувати цю зброю для потрібного впливу на масову свідомість.[1,с.25]

За останні роки з'явилася велика кількість робіт, присвячених паблік рілейшнз. Це перш за все переклади класичних праць представників західної піарологіі (С.Блека,Ф.Буар,С.Катліпа), а також інші дослідження вітчизняних вчених і піарменів-практиків (І. В. Альошиної, Є. А. Блажнова, АБ.Василенко, Т. Ю. Лебедєвої, Л. Б. Невзліна, Г. Г. Почепцова, І. М. Синяєва, Г.Л. Тульчинського, А. А. Чумікова, М. А. Шишкіної, І. П. Яковлєва та інших), які адаптують досягнення американської та європейської науки про зв'язки з громадськістю до вітчизняної PR-дійсності і підсумовують досвід російського та українського ринку PR. Також багато праць і вітчизняних, і зарубіжних авторів розкривають тему невербальної комунікації з точки зору психології. Але невербальній комунікації саме як інструменту PR не приділяється потрібної уваги, як і темі, присвяченій загальному інструментарію PR . Тема не достатньо досліджена та потребує детального вивчення.

В умовах, коли населення, громадськість набувають можливість вільно проявляти свої політичні, економічні, ідеологічні та інші переконання і симпатії, виникає потреба в якісно інших, сучасних, демократичних механізмах регулювання відносин між органами управління, бізнесом, з одного боку, та населенням, громадськістю, громадською думкою - з іншого.

У якості подібних механізмів у демократичному суспільстві і виступають засоби, методи і технології PR.

PR - це система спеціальних засобів, методів і технологій ефективного та демократичного регулювання подібних відносин, притаманна сучасному суспільству. [2,с.176]

Особливу увагу треба приділити невербальним засобам комунікації, які є невід'ємною частиною спілкування людей та важливим інструментом PR. Вміння правильно розуміти та вправно використовувати цю «зброю впливу на масову свідомість» гарантує 70% успіху будь-якої PR-кампанії.

Невербальна комунікація - спілкування за допомогою міміки, жестів і пантоміміки (пози), через прямі сенсорні чи тілесні контакти. Це тактильні, зорові, слухові, нюхові та інші відчуття й образи, отримані від іншої особи.

Сукупність засобів невербального спілкування покликана виконувати такі функції: доповнення мови, заміщення мови, репрезентація емоційних станів партнерів по комунікативного процесу. [3,с.20]

Отже, люди, що займаються PR, повинні володіти такими особистими і професійними якостями, як комунікабельність, вміння переконувати, ерудиція, вміння виступати публічно, вміння зрозуміло висловлювати думки.

Будь-яка практична діяльність не обходиться без інструментарію, від ефективності якого безпосередньо залежать її результати. У сфері PR сьогодні представлена сукупність реалізованих нині PR-практик, в яких застосовуються безліч різних засобів та технологій, що дозволяють швидко і ефективно досягати поставлених цілей

Література

1. Беленкова А.А. PRостой пиар / А. А. Беленкова. – М.: НТ Пресс, 2006.- 256 с.
2. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов / В. Биркенбил. – С.-П.: Питер, 1997. – 176 с.
3. В. А. Лабунская. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход)/ В. А. Лабунская. – Ростов: Изд-во Рост. Ун-т, 1986. – С. 20-30.

Буцанова Дарина
магістрантка фак-ту журналістики
Наук. кер.: д.філол.н, проф. Семенець О.О.

СТУДЕНТСЬКІ ЗМІ ЗАПОРІЖЖЯ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ

Студентські ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні навичок майбутніх журналістів. Молодь, що навчається, складає вагому частину населення, є майбутнім держави, тому вона потребує знання механізмів вираження власних ідей, думок, а також захисту власних прав. На базі університетських медіа майбутні «акули пера» реалізують і втілюють ці думки в практичну діяльність. Це допомагає молоді вже в процесі навчання реалізуватися чи просто спробувати себе в майбутній професії.

Сучасна система освіти, зокрема запровадження Болонського процесу, вимагає від студентів набуття не лишене теоретичних знань, а й практичних навичок, адже під час виконання практичних завдань у вигляді творчих робіт, доповідей, презентацій, досліджень, на думку європейських спеціалістів, студент отримує основну освіту [1, с. 2].

На базі університетів міста Запоріжжя функціонують такі студентські ЗМІ:

- ЗНУ: студентський журнал «Magma», незалежний інформаційний портал Запоріжжя «Пороги», молодіжне інтернет-радіо «Universe», навчальна лабораторія телевізійної журналістики;
- ЗНТУ: студентська газета «СтудPOL»;
- КПУ: студентська газета «Університя»;
- ЗДМУ: радіогазета «Пульс».

Сьогодні студентські ЗМІ виконують такі завдання: сприяють розвитку самоврядування, інформують про повсякденні університетські питання, виконують різні

види діяльності (організаційну, інформаційну, навчальну тощо), консультують майбутніх журналістів з питань написання матеріалів [2].

Студент, який приділяє багато часу практичній роботі, здобуває великий досвід у різній тематиці матеріалів, і це в майбутньому допоможе йому обрати певну сферу діяльності (спорт, економіка, соціальне життя тощо). Якщо університет має розгалужену систему студентських ЗМІ, як наприклад Запорізький національний університет, майбутні журналісти мають змогу реалізувати свої здібності в газеті, радіо, телебаченні, інтернет-порталі.

Однією з важливих функцій студентських медіа є не лише інформування про процеси, що відбуваються в навчальному закладі, а й підтримка студентів, захист їхніх прав.

При створенні концепції студентських ЗМІ однією з перших умов їх існування має бути пропаганда національних цінностей та обстоювання патріотичної позиції. Лише так ми можемо сформувати свідоме студентство та збудувати сильну державу [4, с. 39]. Наприклад, студентська газета «СтудPOL» Запорізького національного технічного університету проводила фото-зустрічі «Україна в тренді». Окрім цього, на сторінках її номерів можна зустріти рубрику «Подорожуємо разом» про цікаві міста в нашій країні.

Університетські медіа зіштовхуються з такими проблемами, як відсутність інформаційної та фінансової підтримки від керівництва вишів. Редакції мусять брати до уваги необхідність вимушеного редагування матеріалів, обмеження щодо вибору тем, терміну виробництва примірників. Також ускладнені стосунки із студентським самоврядуванням. Ці організації діють незалежно одна від одної, та не завжди можуть чи хочуть виступати засновниками та видавцями студентських ЗМІ. Студенти намагаються досягти високої якості продукту (на рівні з професійними журналістськими матеріалами), але через брак коштів це неможливо.

Найчастіше газету (журнал, сайт) фінансує навчальний заклад, до якого цей ЗМІ прикріплений. Інший шлях фінансування – це гранти, наприклад Програма Фонду розвитку українських ЗМІ. Вона адмініструється відділом преси, освіти та культури Посольства США в Україні. Кошти фонду спрямовані на підтримку вільних і незалежних ЗМІ в Україні та допомогу українським журналістам, медіа-організаціям і недержавним організаціям, які працюють над проектами, пов'язаними з медіа. Протягом 2013–2014 рр. на базі навчальної лабораторії телевізійної журналістики Запорізького національного університету реалізовувався грант Фонду розвитку ЗМІ Посольства США в Україні «Цифрове ефірне навчальне мовлення», завдяки якому суттєво поліпшилось технічне оснащення студентської телестудії.

1 листопада 2013 року відбулось урочисте відкриття оновленої телестудії завдяки підтримці Благодійного Фонду Ріната Ахметова «Розвиток України». На сьогодні технічне оснащення телестудії (цифрові камери, відео суфлер, відео та аудіо пульти, холодне освітлення тощо) – найкраще серед навчальних закладів запорізького регіону [3].

Отже у Запоріжжі функціонують різні види студентських ЗМІ. Вони розвиваються в умовах чесної конкуренції, що є стимулом для пошуку нових форм висвітлення інформації, генерування цікавих ідей, формування власного контенту. Тому отримання грантів залежить від функціонування та реалізації проектів самих ЗМІ. Головною метою є інформування про події університету, навчання майбутніх професіоналів, захист прав студентів. Одне з головних завдань – відстоювання патріотичної позиції. Проблемою залишається пошук фінансування та вплив керівництва університетів на публікацію матеріалів.

Література

1. Васьківський Ю. Журналістська освіта і Болонський процес / Ю. Васьківський // Зб. праць кафедри української преси і Дослідницького центру історії західноукраїнської преси. – Вип. 7. – С. 30.

2. Маковій В. І. Студентські ЗМІ в Україні: стан і тенденції розвитку / В. І. Маковій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2295

3. Сайт ЗНУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://www.znu.edu.ua

4. Українська ідея. Історичний нарис. – К., 1995. – С. 41.

Вишняк Марина
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ДИТЯЧИЙ ПРЕСІ УКРАЇНИ

В сучасному науковому дискурсі існує чимало способів типологізації журнальної періодики. Найпоширеніші з них визначаються за такими ознаками: періодичністю – видання можуть виходити щотижня, щомісяця, щодвамісяці, щоквартал, щороку; за географією – міжнародні, національні, регіональні і міські; за змістом – громадсько-політичні, бізнес спрямування, культурні, спортивні, музичні, лайф-стайлові, еротичні, дитячі, комп'ютерні тощо; за читацьким призначенням – для жінок, для чоловіків, для батьків, для молоді, для дітей тощо [1].

Як відзначає Ю. Бондаренко: «У Конвенції ООН про права дитини (1989р.) йдеться про право дітей на культурний розвиток, здобуття освіти і інформації, тому в кожній розвинутій державі існують періодичні видання, спрямовані на задоволення читацьких потреб найменших громадян. За ступенем розвитку преси для дітей можна визначити рівень розвитку будь-якого суспільства, адже дитячі періодичні видання – це своєрідне дзеркало, в якому відображаються ключові етапи цивілізаційної культури, формування й функціонування демократії, а також обриси майбутнього розвитку держави» [2]. На даний момент в Україні зареєстровано понад 50 періодичних видань, адресованих дітям. Актуальним є питання змістового наповнення дитячих журналів та газет, їх відповідність вимогам, які ставляться до друкованої продукції, призначеної для дитячого читання. Як відомо, дитячі періодичні видання покликані популяризувати провідні пізнавальні та педагогічні ідеї, знайомити юних читачів із творами сучасних українських та зарубіжних письменників, розповідати про нові досягнення та події у житті людства, пропагувати морально-етичні норми суспільства, усталені цінності народу, сприяти формуванню національно свідомої особистості, а разом з тим враховувати читацькі інтереси, можливості та особливості сприйняття інформації дітьми певної вікової категорії [3].

Кількість періодичних видань для дітей у державі свідчить про рівень її цивілізованості, культури, інтелекту, а також про перспективи її розвитку, її майбутнє. Однією з прикмет сьогоднішнього літературного процесу в Україні є розмаїття періодичних видань. Однак, поряд з тим, виникає проблема періодичних видань, адресованих дітям. Це не є проблема кількості журналів для дітей, що були видані і видаються протягом 23 років незалежної України, це питання якості інформації та смислового навантаження, які несуть дитячі видання.

Варто зазначити, що поряд із добре відомими не одному поколінню читачів журнальних імен – "Малятко" (видається з 1960 р.), "Барвінок" (з 1928 р.), "Однокласник" – додалося багато нових: "Клас!", "Розмалюйко", "Пізнайко", "Словознайка" (з 1990р.), "Зернятко" (з 1995р.), "Малеча" (з 1998р.), "Дитяча Академія" (з 2001р.), "Вулик" (з 2002 р.) і нове видання "Пізнайко від 2 до 5" вперше вийшло у січні 2005 року.

Рекламна практика вказує на те, що дитяча реклама найчастіше спрямована не на дітей, а на їх батьків, відповідальних за прийняття кінцевого рішення про необхідність придбання товару або надання послуги. Реклама, де цільовою аудиторією є діти, зустрічається набагато рідше. Зазвичай таку рекламу можна помітити в ефірних медіа, в спеціальних блоках телепрограм: між мультфільмами, дитячими передачами. У друкованих виданнях такий тип реклами може зустрітися в дитячих журналах: в цьому випадку реклама найчастіше носить мультиплікаційний характер і має найпростішу композицію, бо мотивація дитини досить примітивна.

Основні принципи розробки дитячої реклами:

- Реклама в дитячому виданні має бути спрямована на чітко окреслену цільову аудиторію. Фахівцю з реклами необхідно розуміти, на кого вона спрямована: на дітей або на дорослих, які купують товари своїм дітям;

- Композиція рекламного звернення будується за принципами, сформованими після визначення цільової аудиторії. Важливим моментом є підбір рекламного образу, який буде використовуватися в рекламі: він може бути анімаційним (мультиплікаційним), а може бути реальним (дитяче фото). Так чи інакше, дорослі використовуються в даному виді реклами вкрай рідко;
- Необхідно правильно використовувати психолінгвістичні важелі впливу на цільову аудиторію. Для дітей ефективними будуть формулювання на кшталт «Мама, купи мені...», для дорослих же краще будуть формулювання типу «Все для вашої дитини в одному місці ...».

Крім того, реклама в дитячий періодиці в своїй основі є демонстрацією товару й показом того, як товар виглядатиме на дитині. Варто відзначити, що головною перевагою будь-якої журнальної реклами вважається висока якість зображення: практично будь-які ілюстрації й фотографії відтворюються в журналах без спотворень. Завдяки цьому в журнальній рекламі більш активно використовують красивий візуальний матеріал, що володіє сильним впливом на аудиторію.

Література

1. Антонова С.Г. Проблемы типологии и редактирования: уч.пособ. / С.Г.Антонова. – М. : Наука, 1989. – 104 с.
2. Бондаренко Ю. Медіапсихологічні проблеми сучасних дитячих періодичних видань[Електронний ресурс] / Юлія Бондаренко. – Режим доступу: http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/mediapsykholohichni-problemy-suchasnykh-dytyachykh-periodychnykh-vydan.html
3. Круль Л. М. Загальний огляд сучасної української дитячої періодики (жанрово-тематичне розмаїття) [Електронний ресурс] / Круль Л. М., Благун Н. М. // Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство. – Режим доступу : http://litmisto.org.ua/?p=25644

Волик Євгенія
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

СПЕЦИФІКА РОБОТИ КОПІРАЙТЕРА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку реклами й піару в Україні професія копірайтера є однією з відносно нових. Вітчизняні виші поки не пропонують специфічного навчання за цією спеціальністю, хоча її популярність велика, адже робота копірайтера важлива й супроводжує життєдіяльність кожної торговельної марки, слогана, чи навіть рекламного ролика. Однак, уже зараз під час навчання за спеціальністю «Реклама та зв'язки з громадськістю» окремими курсами вивчаються копірайтинг та спічрайтинг.

Копірайтери, на нашу думку, належать до посередників між рекламодавцями та споживачами товарів і послуг. Вони можуть працювати як у рекламних агентствах, так і в рекламних відділах самих замовників. Рекламні тексти вітчизняних копірайтерів відрізняються більшою розмаїтістю форм звернень, стрункішою, порівняно з рекламодавчими чи журналістськими текстами, композицією. Справжній копірайтер частіше від інших авторів апелює до емоцій потенційних клієнтів. Однак, у вітчизняних «професіоналів» поки що далеко не всі вимоги до рекламних оголошень відображаються в тексті. Наприклад, типовою проблемою залишається логіка рекламного звернення, відповідність його змісту читацькому призначенню. Зокрема, описувані у копірайтерських текстах ситуації не завжди пасують до образів їхніх героїв.

Загалом, на думку Є. Слободянюк [3], рекламний копірайтинг – це діяльність, спрямована на збільшення кількості продажу товарів або замовлення послуги. Отже, в цьому випадку важливо враховувати правила написання рекламних текстів. Під час написання

матеріалів, які відносяться до рекламного копірайтингу, необхідно зважати на особливості написання рекламних статей.

Існують такі види копірайтингу

1) Інформаційний копірайтинг – написання будь-якого авторського тексту на задану тематику. Стаття не обов'язково має бути прив'язана до послуги або товару. Характер тексту може бути оглядовим або інформаційним. Інформаційний копірайтинг може сприяти просуванню сайту й одержання прибутку від цього, завоюванню уваги представників цільової аудиторії під час e-mail розсилок, а не прямій рекламі.

2) SEO-копірайтинг – вид, під яким прийнято розуміти написання унікальних статей на сайти з включенням спеціальних ключових слів, які будуть мати тісний зв'язок із темою статті. Включення ключових слів у певному обсязі дозволяє провести ефективне просування сторінки сайту, полегшити пошук статті для кожного представника цільової аудиторії. Це реалізується за стійкою схемою. Слова, які людина вводить в пошукову систему для пошуку інформації, називаються пошуковим запитом. Стаття може відповідати пошуковим запитам людини, якщо в неї прописані всі ці фрази, які прийнято називати ключовими [2].

3) Рерайтинг іноді також відносять до копірайтингу, хоча насправді тільки глибокий рерайтинг можна віднести до копірайтингу. Найефективнішим методом просування сайту та привертання уваги цільової аудиторії можна назвати глибокий SEO-рерайтинг.

Професіонали радять під час копірайтингу робити акцент на вигоді, яку отримає покупець, а не на самому товарі [1]. Однак, рекламодавці постійно намагаються сконцентрувати увагу читача на виробникові та тонкощах виробництва. Зауважимо, що ця інформація найчастіше подається із засиллям термінів та специфічної лексики, які малозрозумілі широкому загалу. Особливо яскраво складність мови простежується у рекламі медичних препаратів та банківських послуг. Фахівці радять використовувати в рекламних зверненнях займенник «Ви», а не «ми». Але у текстах, написаних рекламодавцями, найчастіше зустрічаються «я» та «ми» замість солодкого для споживацького вуха «Ви».

Основним плюсом професії копірайтера, зокрема, є широкий спектр поставлених перед ним завдань. Працюючи з різними форматами і жанрами, спеціаліст постійно розширює свій кругозір, відточує й нарощує необхідні навички – стає багатогранним професіоналом. У великих агенціях, де великий штат копірайтерів ділиться за напрямками, такого «всеохоплення» може й не бути, зате у вузької спеціалізації, наприклад, у написанні сценаріїв радіороликів, копірайтер стане асом. Правда, називають його тоді вже радіосценаристом.

Основним мінусом у роботі копірайтера варто відзначити відсутність можливості відпочити від неї. Після включення у процес і роздумування над поставленим завданням, захоплений професіонал продовжує виношувати думки і після роботи, і на вихідних, намагаючись черпати ідеї з усього, що відбувається навколо.

Талановитий копірайтер, що володіє художнім смаком, може досить швидко вирости до посади креатив-директора, а можна використати цю професію як стартовий майданчик для переходу в суміжну сферу. Наприклад, досить часто копірайтери стають еккаунт-менеджерами, фахівцями з маркетингу, бренд-менеджерами, контент-редакторами тощо.

Література

1. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе / Ю.С. Бернадская. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 288 с.
2. Первая книга SEO-копирайтера / О.И. Крохина, М.Н. Полосина, А.В. Рубель, О.И. Сахно, Е.В. Селин, М.С. Ханина. – М. : Инфа-Инженерия, 2012. – 216 с.
3. Слободянюк Э. П. Настольная книга копирайтера / Э.П. Слободянюк. – М. : Вершина, 2008. – 256 с.

Воронова Вероніка
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ

Сучасному ринку журнальних видань властива велика кількість жіночої періодики, яка появляється під впливом міжнародних брендів. Це нова підсистема гендерно маркованих національних друкованих ЗМІ, яку утворюють нові жіночі журнали (ділові видання, корпоративні тощо), окремі типи журналів змінилися, а деякі взагалі зникли.

Кожен журнал прагне поєднувати в собі найрізноманітнішу інформацію, тому редактори намагаються на шпальтах подати тексти всіх жанрів. Особливості жанрових компонентів сучасних жіночих журналів зумовлює актуальність теми дослідження. Метою роботи є виявлення жанрово-тематичних особливостей у жіночих журналах. Об'єктом – журнали «Cosmopolitan», «Единственная» (за 2015 рік).

Важливий внесок у розвиток теорії жанрів зробили такі журналістикознавці: О. Гриценко [1], І. Шкловський, В. Учонова [2], В. Шевченко [3] та ін., які запропонували різні підходи до класифікації жанрів преси, виділили три жанрові єдності: інформаційні, аналітичні й публіцистичні. Кожна група має свої підвидові жанри.

Проаналізовані журнали «Единственная» і «Cosmopolitan» належать до масових і спеціалізується на модних тенденціях, культурі. Журнал «Cosmopolitan» орієнтований на забезпечених і модних жінок, а «Единственная» – на сімейних, берегинь домашнього затишку. Їм характерний певний набір жанрів: аналітичний (стаття, коментар, лист, інтерв'ю), інформаційний (анонс, інтерв'ю, замітка, репортаж, каталог). Художньо-публіцистичний жанру наявний, але не є поширеним (нарис, есе).

У журналі «Cosmopolitan» у таких рубриках, як «29 главных идей и событий октября, «Fashion», «Beauty», «В его голове», «Путишествие» переважає інформаційний жанр, за допомогою якого висвітлюють теми: «9-10 октября в Вероне проедет шоу INTIMISSIMI ON ICE» (анонс, подана коротка інформація про подію), «Игра в открытую» (інтерв'ю-діалог з Ритою Орою, яка розповідає, як вона досягла популярності й що стало запорукою успіху), «На экран вернутся сериалы» (анонс), «Золотой мальчик» (розширена замітка), «В лучах славы» (подієвий репортаж про те, як редактор Cosmo Настя Черникова взяла участь у прем'єрі музиклу в Голлівуді), «Пара года» (каталог одягу).

У рубриках «Fashion», «Beauty» наявний аналітичний жанр, який допомагає розібратися в темах «Мой талисма» (загальнодослідницька стаття повідомляє читачеві про те, що треба вірити в талісмани, бо вони дарують силу й позитив), рубрика «Здоровье и Фитнес» містить матеріал «Бросай это» (практико-аналітична стаття про те, що в нас час ми надто мало уваги приділяємо нашому здоров'ю), рубрика «Cosmo на связи» як аналітичний жанр містить лист («Нам пишут»), рубрика «Только ты» – анкету-тест «Мамма Миа». Серед аналітичних жанрів у журналі поширене інтерв'ю, зокрема в рубриках «Только ты» («Голос звезд» – пізнавально-аналітичне інтерв'ю з Оленою Сєровою – четвертою жінкою-космонавтом), «Неформальные истории из реальной жизни» (інтерв'ю-монолог «Изтория звезды», у якому Настя Каменських розповідає історію свого життя).

Художньо-публіцистичний жанр виявлений у рубриках: «Cosmo Now» – портретний нарис «Он сказал» (Бредлі Купер розповідає про свою долю, інтереси, мрії, жінок, кіно, дитинство), «Только ты» – проблемне есе «Как я победила» (героїня розповідає історію зі свого життя, про боротьбу з раком).

У журналі «Единственная» в рубриках «Мода», «1000 вещей здоровья», «Практикум для мам», «Психоотношения», «Интервью» переважає аналітичний жанр, за допомогою якого висвітлюють теми: «Новая класика» (загальнодослідницька стаття про те, як одягатися жінці в цьому сезоні, що пропонують дизайнери), «Что делать, если охрип голос?» (стаття-порада лікарів-науковців щодо того, як швидко вилікувати горло та відновити голос),

«Компьютер и дети: осторожно» (практико-анлітична стаття про проблему сьогодення), «Почему он холостяк?» (коментар про чоловіків, які в зрілому віці не одружені, оскільки кар'єра замінила сім'ю).

Інформаційний жанр поширений у рубриці «Экскурсия» – відкрита реклама «Рождество по-гуцульски» про відпочинок у Карпатах.

Художньо-публіцистичний жанру властивий рубрикам: «Моя история» – портретний нарис «Спасибо Украине за жену» (розповідає героя з Австрії, якому зовсім не байдужа політична ситуація в Україні), «Время покажет» – неформальне есе «Рассказ» (герой розповідає про себе на екрані та в буденному житті).

Отже, в проаналізованих журналах переважають інформаційні та аналітичні жанри, однак ці видання різняться рубриками й темами: у журналі «Cosmopolitan» домінують теми й рубрики про модні тренди, покази, зірок, а в журналі «Единственная» – про жінок-берегинь сімейного затишку, дітей, сім'ю, сімейні відносини між чоловіком і дружиною. Таким чином, кожен журнал ураховує особливості своєї цільової аудиторії.

Література

1. Гриценко О. Основи теорії міжнародної журналістики / О. Гриценко, В. Шкляр. – К. : Київський університет, 2002. – 304 с.
2. Ученова В. Метод и жанр: диалектика взаимодействия. Методы журналистского творчества. / В. Ученова. – М. : Век, 1982. – 189 с.
3. Шевченко В. Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства / В. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2007. – № 28. – С. 35-39.

Ігнатенко Катерина
студентка 4 курсу факультету журналістики
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Іванюха Т.В.

ГЕНДЕРНІ ПРОБЛЕМИ В АМЕРИКАНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Гендерні проблеми вже традиційно займають чи не найважливіше місце серед соціальних проблем сучасного суспільства. За останні роки динаміка гендерних утисків жінок зменшилась, але до сих пір не стала рівною. Наприклад, в Азії більшість батьків хочуть мати хлопчиків, а не дівчаток. Згідно із звітом ООН за 2011 р., у цій частині світу серед населення спостерігається нестача близько 134 мільйонів жінок внаслідок абортів, вбивств новонароджених і недогляду. Жінки і дівчата складають дві третини всіх, хто має менше чотирьох років освіти. Понад 2,6 мільярда жінок живе в тих країнах, де зґвалтування у шлюбі досі не переслідується законом. У країнах, що розвиваються, через погане медичне обслуговування приблизно кожні дві хвилини помирає одна жінка від ускладнень, пов’язаних з вагітністю або пологами. Хоча жінки вирощують понад половину всіх сільськогосподарських культур у світі, в багатьох країнах вони позбавлені законного права мати земельні ділянки у власності або отримувати їх у спадок [2].

Становище жінок у медіа не є таким загрозливим, але потребує глибокого наукового та суспільного осмислення та втручання. В усьому світі та в Україні з’являються жіночі медіацентри, відповідні соціологічні дослідження [5; 6] та посібники, спрямовані на покращення гендерної ситуації в мас-медіа [2–4].

Актуальність статті полягає в тому, що для ЗМІ важливим є правдиве та професійне висвітлення та аналіз сучасних гендерних проблем. Мета статті полягає в аналізі медіасередовища США та виявлення наявності гендерної нестабільності та утискання прав жінок у редакційних колегіях.

Віддавна захисники прав жінок стверджують, що жінок утискають в усіх сферах: коли розподіляють заробітну платню, коли підвищують на керівні посади, коли наймають на роботу. Таке становище не обійшло жінок і у ЗМІ. Наприклад, у середньому в США колумністки працюють у журналістиці 24–26 років, а третя частина всіх жінок-авторів – близько 30–31 року. Навіть маючи стаж більше, ніж у чоловіків, вони отримують меншу

заробітну плату. Підвищуючи свої професійні здібності, вони отримують меншу надбавку. У 75% всіх випадків такі рішення залишаються непоясненими.

У середньому населення країни США складається з 50,8% жінок та все останнє чоловіки, але незважаючи на це, жінки розповідають новини в країні та у світі населенню значно рідше. У вечірніх випусках новин на телебаченні журналістки з'являються перед камерою в 32% випадків (ABC, CBS); у друкованих ЗМІ жінки публікуються у 37% видань (LA Times, New York Times,New York Post), а в мережі викладають 42% новинних повідомлень (CNN.com, Daily Beast, FOXNews.com), а з матеріалів інформагентств лише 38% належать жінкам (Associated Press та Reuters) [1].

Президентська кампанія в США 2016 р. вже розпочалася. У зв'язку з цим аналітична компанія Novetta (https://www.novetta.com/) зробила дослідження, яке виявило: 65% всіх історій про політику в США готують чоловіки. Мало що змінилося з 2012 р., коли аналогічне дослідження показало, що 71% всіх матеріалів були написані чоловіками, і вони ж становили 77% гостей і експертів політичних передач на кабельних і ефірних телеканалах. Частка чоловіків, які обіймали керуючі посади у ЗМІ, дорівнює 64,4%. На кожну з трьох топових позицій редакторів припадала жінка. Нестача жінок в редакційних колегіях, ньюзрумах та на керівних посадах в медіа створила підґрунтя для публікацій та випуску в ефір сексистських матеріалів та образливих коментарів на адресу жінок. Жінки-професіонали в медіа чи експерти дуже жорстко відбираються за зовнішністю та віком. Чоловіки менш піддаються такому відбору.

Для західних ЗМІ дуже важливо не тільки те, в чому полягає історія, а й хто її розповідає. Інколи чоловік не може охопити деякі аспекти емоційних, духовних та інтелектуальних питань, на відміну від жінки. Адже спосіб мислення та сприйняття інформації чоловіків і жінок відрізняється. Таким чином ЗМІ занижує планку якості висвітлення новин. Через це, деякі телеканали та газети втрачають свою аудиторію.

У найвідомішій американській газеті «The New York Times» з усього штату лише 32% займають жінки. У «Washington Post» 39% жінки і 61% чоловіків, а у «Los Angeles Times» 40% жінки та 60% чоловіки.

Сучасне демократичне суспільство – це суспільство, яке надає можливість будь-якій людині розвиватися в професійній, суспільній та інших сферах життя, незважаючи на національне, релігійне та гендерне походження. Деякі країни світу, називаючи себе демократичними, не стежать за правомірністю здійснення жіночих прав. Це зумовлене стереотипізацією ролі жінки в суспільстві, а також схильністю чоловіків працювати зі схожими на себе людьми [3].

Література

1. Амзин А. Положение женщин в медиа – доклад Status of Women in U.S. Media [Электронный ресурс] / Александр Амзин. – Режим доступа : http://www.radioportal.ru/node/67111?language=en

2. Висвітлення в ЗМІ проблеми торгівлі людьми. Посібник для журналістів / А.О. Топчій, Т.С. Шевченко. – К., 2007. – 157 с.

3. Гендер как инструмент познания и преобразования общества : сб. ст. под ред. Ворониной О.А. и др. – М. : МЦГИ-Солтэкс, 2006. – 215 с.

4. Посібник пресової практики з гендерної перспективи / Ю. Гончар, Т. Кузнєцова, О. Погорелов, С. Штурхецький / за ред. С.В. Штурхецького. – Рівне : Видавець О. Зень, 2015. – 200 с.

5. Explaining the Persistent Underrepresentation of Women in Printed News [Electronic resource] / American Sociological Association. – Mode of access : http://www.asanet.org/Oct15ASRFeature(2).pdf

6. The Status of Women in U.S. Media [Electronic resource]. – Mode of access : http://wmc.3cdn.net/83bf6082a319460eb1_hsrm680x2.pdf

Гнилицька Олена
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Полякова Г.О.

НАУКОВЕ ОСМИСЛЕННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ

Протягом останніх десятиліть тревел-журналістика набираєвсе більшої популярності у читацького загалу. Про це свідчить, приміром, той факт що американський журнал «National Geographic Magazine», на сьогодні налічує 32 національні версії. В останні десятиліття коло реципієнтів тревел-контенту помітно збільшилося завдяки тому, що у цього видання з'явилася ціла низка журналів-«сателітів», орієнтованих на певні вікові категорії («National Geographical Kids», «National Geographical Little Kids») або розраховані на потенційних туристів («National Geographic Traveler»).

У контексті вивчення сучасного медіапростору великого значення набувають спроби дослідників визначити передумови інституалізації тревел-журналістики, окресливши її місце в сучасному медіапотоці.

Так, російська дослідниця І.Показаньєва, вважає тревел-журналістику особливим напрямом журналістики, «який надає масовому споживачеві інформацію про подорожі, торкається тематики пов'язаної з історією, географією, культурою, мистецтвом, туризмом, етикою, філософією та ін…» [3]. Вона цілком слушно наголошує на тому, що сьогодні спостерігається «несерйозне ставлення до тревел-журналістики як з боку масового споживача, так і з боку самих журналістів та дослідників», і підкреслює неприпустимість такого неважливого ставлення до цього феномену.

Обґрунтовуючи нагальну проблему серйозного наукового вивчення цього напряму журналістики, І. Показаньєва зазначає, що тревел-журналістика «впливає на національну самоідентифікацію людей, перетворючи інформацію з одного культурного контексту в інший, формуючи в аудиторії певний образ різних культур, подекуди детермінований PR-агенціями та редакторами телевізійних програм та телеканалів» [3].

Зокрема, типологічні характеристики тревел-видань розглядаються в роботах С. Лучинської, Ю. Зеленюк, Ю. Безотосна. Так, С. Лучинська окреслює основні риси цих видань в нових реаліях пострадянського медіа-простору, акцентуючи, що на їх прикладі «журналістика, як сфера бізнесу, зазнала на собі вияви нових економічних відносин» [2, с. 86]. Дослідниця уникає будь-яких спроб дати дефініцію трепел-журналістики, проте пропонує визначення журналу-травелогу. «Журнал-травелог, пише вона, – представляє собою журнал подорожей універсального типу, що відноситься до масового науково-популярного типу видань, зорієнтованого на читацьку аудиторію категорії General Interest, і розповідає про природу та людину, подорожі різними країнами, життя, культуру, історію та міфологію людей у всіх куточках планети» [2, с. 86].

Ю.Зеленюк зазначає, що туристична журналістика у формуванні іміджу туристичного об'єкта посідає особливе місце. Інформаційний вплив потрібен для розвитку туризму в Україні, проте туристична журналістика все ще далека від об'єктивності. Багато видань свідомо надають перевагу замовним матеріалам. Перспективними є аналіз об'єктивних і «замовних» матеріалів, створення моди на туризм у ЗМК, а також іміджу того чи іншого туристичного об'єкта в різних (і спеціалізованих туристичних, і неспеціалізованих розважальних) виданнях [1, с. 11].

Тревел-медіатекст – своєрідна зв'язка у міжкультурній комунікації: він допомагає «вторинній інкультурації, – повідомляючи адресату певні відомості про традиції та норми поведінки в певній культурі та допомогти зрозуміти, що світ набагато складніший та різноманітніший, ніж його мононаціональна модель, яка не є однією можливою» [4, с. 153].

Отже, в дослідженні проблемно-тематичного кола тревел-журналістики можна виділити наступні блоки: інституалізація тревел-журналістики (І.Показаньева); систематизація тревел-видань (С. Лучинська, Т. Ростовська, Ю. Зеленюк); специфіка тревел-наративу (Т.Редькіна).

Література
1. Зеленюк Ю.Ю. Туристична комунікація як вид зайнятості Ю.Ю.Зеленюк // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2013. – № 3– 4. – С. 9 – 12.
2. Лучинская С. А. Журналы-травелоги на российском медийном рынке / С.А. Лучинская // Вестник Адыгейского государственного университета. – Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2008. – № 3. – С. 85 – 87.
3. Показаньева И. В. К теоретизации отношений автора и дестинации в трэвел-журнаистике [Электронный ресурс] /И.В.Показаньева // Universum: Филология и искусствоведение. – 2014. – № 8 (10). – Режим доступа : http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1529.
4. Редькина Т. Ю. Этические и речевые нормы в трэвел-медиатексте / Т. Ю. Редькина // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 1. – С. 150 – 160.

Давітян Діана
студентка 4 курсу факультету журналістики
наук. кер.: к. філол. н., доц. Іванюха Т.В.

ПРАВОВЕ ВИХОВАННЯ АУДИТОРІЇ ЗАСОБАМИ ПРЕСИ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТ «THE TIMES» ТА «ДЕНЬ»)

Питання необхідності займатися правовим вихованням своєї аудиторії на сьогодні стоїть перед журналістами вкрай гостро. Це зумовлено тим, що сьогодні, завдяки можливостям інтернету, людина отримує велику кількість інформації з різних ресурсів. Проте дуже часто ця інформація, особливо якщо мова йде про неперевірені джерела, є неправдивою та викривленою. Тож, перед авторитетними журналістськими виданнями сьогодні стоїть завдання не просто правдиво, точно та оперативно інформувати свою аудиторію, а ще й розтлумачувати та пояснювати, про що йдеться в новині, разом з тим формуючи певні позитивні уявлення та погляди, що, в свою чергу, забезпечує дотримання, використання та виконання юридичних норм.

Актуальність дослідження полягає в тому, щоб на прикладі британського та українського видань показати, як журналісти в матеріалах займаються правовим вихованням своєї аудиторії.

Необхідність правового виховання аудиторії засобами ЗМІ наголошують такі дослідники: В. Демичева [3], А. Дзундза, І. Моісеєнко, О. Моісеєнко [4], В. Рябченко [6] та інші.

Мета статті – з'ясувати, яку увагу приділяють українські ЗМІ питанню правового виховання аудиторії в порівнянні з закордонними виданнями.

У визначеннях «правового виховання» більшість дослідників схиляється до думки, що це формування в аудиторії поважного ставлення до закону, що в свою чергу повинно призвести до розвитку у людей почуття відповідальності та непримиренності до сваволі чи корупції. Так, наприклад, у праці «Структура правового виховання як складної соціальної системи» дослідники А. Дзундза, І. Моісеєнко, О. Моісеєнко наголошують, що одним із завдань правового виховання є забезпечення грамотної боротьби громадян за свої законні інтереси, подолання правової пасивності [4].

Також треба брати до уваги і той факт, що від принципової позиції кожного громадянина щодо порушень законності залежить стабільність правопорядку в суспільстві. На думку В. Демичевої, журналісти повинні розгортати дискусії з актуальних питань політико-правових відносин, надавати популярні коментарі нового законодавства фахівцями, наприклад, обговорювати зміни в новому податковому кодексі чи нові положення кримінально-процесуального кодексу [3]. В. Рябченко при цьому вважає, що в деяких журналістських матеріалах переважають надто складні професійні терміни, що ускладнюють сприйняття аудиторією юридичної інформації. Дослідник також наголошує, що часто роблять акцент не на правових критеріях, а на сенсаційності того чи іншого матеріалу [6].

Порівнявши британське видання «The Times» (http://www.thetimes.co.uk) та українське видання «День» (http://www.day.kiev.ua), ми дійшли таких висновків: у британському виданні за тиждень публікують в середньому 20 матеріалів, які стосуються правової тематики та правового виховання аудиторії; в українському виданні – вдвічі менше – в середньому 10 матеріалів на тиждень. Британське видання має окрему підрубрику «Law», де зібрана вся інформація, яка стосується нових законодавчих ініціатив чи правових дискусій в країні чи світі. Також є підрубрика «Lawyer of the week», в якій кожного тижня один з експертів зрозумілою для аудиторії мовою, про що наголошував В. Рябченко, пояснює юридичну інформацію. Думку експертів публікує і українське видання «День», наприклад, в статті «Бонди Януковича»: програти бій, щоб виграти війну» [1].

Правове виховання читачів здійснюється як у матеріалах новинних жанрів, інформуючи аудиторію про нові прийняті закони (наприклад, «Закон про посилення відповідальності за перешкоджання журналістській профдіяльності набув чинності» [5]), так і в аналітичних, пояснюючи, що значить той чи інший закон (наприклад, «Дві сторони «закону Савченко» [2]).

Отже, у цілому, і українське видання, і британське приділяють достатньо уваги правовому вихованню аудиторії, використовуючи інформаційні, аналітичні жанри, а також задіюючи експертів.

Література

1. Бонди Януковича»: програти бій, щоб виграти війну [Електронний ресурс] / Сайт видання «День». – Режим доступу : http://www.day.kiev.ua/uk/article/ekonomika/bondy-yanukovycha-prograty-biy-shchob-vygraty-viynu
2. Дві сторони «закону Савченко [Електронний ресурс] / Сайт видання «День». – Режим доступу : http://www.day.kiev.ua/uk/politics
3. Демичева В. Правова культура як феномен сучасної правової дійсності / В.В. Демичева // Держава і право. – 2008. – № 40. – С. 21–26.
4. Дзундза А. Структура правового виховання як складної соціальної системи [Електронний ресурс] / А. Дзундза, О. Моісеєнко, І. Моїсеєнко. – Режим доступу : http://webcache.googleusercontent.com/search/domtp_2013_1_9.pdf+&cd=17&hl=ru&ct=clnk&gl=ua&client=safari
5. Закон про посилення відповідальності за перешкоджання журналістській профдіяльності набув чинності [Електронний ресурс] / Сайт видання «День». – Режим доступу : http://www.day.kiev.ua/uk/news/030316-zakon-pro-posylennya-vidpovidalnosti-za-pereshkodzhannya-zhurnalistskiy-profdiyalnosti
6. Рябченко В. Вищі навчальні заклади як засіб формування цінностей громадянського суспільства та цивілізаційного визначення молоді / В.І. Рябченко // Вища освіта України. – 2007. – № 3 (26). – С. 91–96.

Закарлюка Марина
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Санакоєва Н.Д.

ФЕНОМЕН СПОНСОРСТВА У РЕКЛАМНІЙ ПРАКТИЦІ

Спонсорство зародилось у давні часи. Його праобразом вважається меценатство – покровительство, безкорисливе надання матеріальної допомоги вченим та діячам мистецтва.

У сучасному суспільстві сутність спонсорства трансформувалась та не має прямого відношення до меценатства або альтруїзму. Спонсори завжди мають чітку мету – покращити свій імідж, поєднати власний бренд із соціально- корисними заходами, тим самим розширити клієнтську базу і одночасно обійти конкурентів. Тобто, на відміну від благодійності, спонсорування не має безкорисливого характеру.

У сучасному розумінні спонсорство виникло на початку XX ст. у США, коли такі компанії, як Coca-Cola і General Foods, вперше почали використовувати можливості

кіноіндустрії для просування своєї продукції. Пізніше, у 1930-их рр., спонсорство з'явилось і на радіо: американські радіостанції почали пропонувати виробникам використовувати асоціацію своїх продуктів із успішними, популярними радіопрограмами в комерційних цілях [5, с. 326].

Спонсорство найпоширеніше в країнах із розвиненою ринковою економікою – Німеччині, США, Японії, Великобританії, Італії. Варто зазначити, що поряд з домінуванням у цій сфері Європи і США поступово зростає вплив азіатських країн.

Дослідивши праці зарубіжних і вітчизняних науковців, зокрема А. Векслер [1], Ф. Джефкінса [2], В. Мисліної [5],Є. Ромата [6] можемо констатувати, що одного загальноприйнятого підходу до визначення феномену спонсорства сьогодні немає. Його характеристики є спірними. Компромісним є лише те, що спонсоринг заснований на обміні між спонсором і суб'єктом спонсорування та переслідує маркетингові, тобто комунікаційні цілі. Проте, згідно ЗУ «Про рекламу» спонсорство – добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг [3].

Це тлумачення ще раз доводить, що спонсоринг, на відміну від меценатства, не є своєрідним подарунком, а передбачає певну користь для самого спонсора (як теоретичну, так і реальну).

Є. Ромат розглядає спонсорство як систему взаємовигідних договірних відносин між спонсором і субсидованою стороною (реципієнтом), при яких спонсор передає реципієнтові обумовлені в угоді ресурси, а реципієнт бере на себе зобов'язання здійснювати конкретні дії, спільною метою яких є досягнення комунікаційно-маркетингових цілей спонсора [6, с. 225].

За Кодексом Міжнародної Торговельної Палати термін «спонсорство» означає будь-яку комерційну угоду, згідно якої спонсор для взаємної вигоди спонсора й сторони, що спонсорується на основі договору надає фінансову або іншу підтримку для того, щоб створити асоціацію між репутацією, брендами або товарами спонсора й власністю, що спонсорується, в обмін на права здійснювати просування цієї асоціації й/або для надання чітко погоджених прямих або непрямих вигід[4].

Проаналізувавши різні підходи до визначення феномену спонсорства, можемо констатувати, що тлумачення за Кодексом Міжнародної Торговельної Палати є найбільш повним. У ньому вказуються вигоди для обох сторін та комерційний характер, а також зазначаються цілі спонсорства: інформування аудиторії та перенесення іміджу з об'єкту спонсорування на бренд.

У сучасній українській рекламній практиці спонсорство потребує комплексного законодавчого регулювання. Зокрема, ІТК (Індустріальний Телевізійний Комітет) визначає ТОП 5 брендів спонсорства із 2008 по 2013 рр., серед яких провідне місце займають алкогольні бренди: Medoff, Мороша, Nemiroff, Oreanda, Хортиця [4]. Оскільки, за ЗУ «Про рекламу» рекламування алкогольних виробів має певні обмеження. Так, за статтею 22 «Реклама алкогольних напоїв, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, забороняється: на радіо та телебаченні з 6 до 23 години» [3]. Через це маємо таку кількість непрямої реклами, тобто спонсорства на телебаченні. Звідси вбачаємо необхідність на законодавчому рівні затвердити квоту на алкогольні бренди-спонсори у рекламних блоках із 6 до 23 години.

Література

1. Векслер А. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность / А. Векслер, Г. Тульчинский — СПб. : Вершина, 2006. — 335 с.
2. Джефкінс Ф. Реклама / Ф. Дефкінс. — К. : Знання ; КОО, 2001. — 456 с.
3. Закон України «Про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр
4. Консолідований Кодекс Міжнародної Торговельної Палати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://reklamspilka.in.ua/ukr/250/

5. Мыслина В. Ф. Типология спонсорства и критерии оценки его эффективности : [спонсорство как рекламный прием] / В. Ф. Мыслина // Реклама. Теория и практика. – 2008. – № 5. – С. 326–341.
6. Ромат Е. В. Реклама. 5-е изд. / Е. В. Ромат — СПб. : Питер, 2002. – 544 с.
7. ТОП 5 брендів спонсорства за дослідженням Індустріального Телевізійного Комітету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://itk.ua/ua/page/advertising-and-promotion/

Зубкова Злата
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»

На події в Україні та світі оперативно реагують періодичні щоденні видання, що мають змогу висвітлювати новини, зберігаючи їхню актуальність. Аналізована газета «День» є суспільно-політичною, вона побічно згадувалася при вивченні таких аспектів видання: вплив світогляду реципієнта (В. Фуркало) [2], висвітлення інформаційної політики (Ю. Ятель) [3], жанри (Я. Табінський) [1]. Однак досі нема ґрунтовного дослідження тематичної палітри газети, чим і зумовлена актуальність наукової роботи. Мета полягає в дослідженні тематики журналістських матеріалів на шпальтах газети «День». Об'єкт: всеукраїнська щоденна газета «День» за період січень-лютий 2016 року.

Кожна рубрика видання містить тексти переважно на суспільну тематику, зокрема рубрики «Суспільство», «День України». Зауважимо, що в рубриці «Суспільство» зрідка друкують художньо-публіцистичні матеріали на соціальну тематику. Так, автор нарису «У режимі білого місяця» за власними спостереженнями виділив типове в поведінці людей, наголосив на відповідності зовнішнього вигляду людини її діям, вчинкам, а також показав, як зовнішність може бути оманливою, підкреслив дотримання чи порушення етичних правил у професійній діяльності тощо.

Політичні події в Україні й за її межами висвітлюють рубрики «День планети», «Подробиці», «Світові дискусії». Тут наявні коментарі експертів, прогнози, версії, аналітичні інтерв'ю, перспективи міжнародного партнерства, особливості реформування певної сфери, ситуація в зоні АТО тощо. Так, у інтерв'ю під заголовком «Фріц Ерліх: Росія виконуватиме Мінськ-2 лише під тиском» німецький публіцист висловлює свої думки щодо вирішення воєнного конфлікту в Україні.

Новинки кінематографу та книжкового ринку, анонси вистав і концертів, новини про фото- та картинні виставки друкуються в рубриках «Культура» й «Наприкінці Дня». Саме тут читачі дізнаються про майбутній показ короткометражного фільму «Sensiz», місце тернопільського музичного гурту в топовому американському рейтингу, недоліки режисерської роботи в мелодрамі «Джой» тощо. У рубриці «Тайм-аут» представлені матеріали, що стосуються новин спорту, культури. Це переважно анонси мистецьких заходів, наприклад, замітка-анонс «Вперше у Львові виступить Стефанія Довгань» повідомляє про виступ відомої оперної співачки. Вказується дата та місце концерту, коротка інформація про співачку, її творчі здобутки, репертуар, а також найближчі плани виконавиці та деталі щодо виступу, який анонсується.

Репортажі редакція газети збирає під рубрикою «Репортаж Дня». Останнім часом, у зв'язку з воєнним конфліктом на Донбасі, публікації інформують про ситуацію в зоні АТО, реабілітацію поранених бійців тощо.

Рубрика «Хай-тек» містить новини про наукові досягнення світових і вітчизняних учених, нові чи оновлені моделі технічних пристроїв, інноваційні технології тощо. Наприклад, замітка «Китайці побудували хмарочос із 270 вітрогенераторами» розповідає про функціонування вітроенергетичних установок, властивостей будівничих матеріалів, які були використані, принципи опалення, кондиціонування та освітлення приміщень, витрати на будівництво багатоповерхового будинку та ін. Про економічні проблеми, специфіку

оподаткування, про ескалацію й вирвішення конфліктів, що мають економічне підґрунтя можна дізнатися з рубрики «Економіка».

У рубриках «Інтерв'ю», «Ексклюзив» подають аналітичні інтерв'ю стосовно соціальних чи політичних подій України, світу, які містять погляди інтерв'юйованого на те, що відбувається, обговорення проблемного запитання та шляхів його вирішення. Цікавим є інтерв'ю з міністром освіти С. Квітом, який висловив думки про необхідність і проблеми реформування освіти.

Рубрики «Україна Incognita», «Історія та "Я"» проблемні питання сучасності розглядаються автором у контексті історії, на прикладі факту чи серії подій минулого. Тут наявні художньо-публіцистичні й аналітичні тексти. Художньо-публіцистичні публікації властиві рубриці «Прес-клуб Дня» і подаються в підрубриках або авторській колонці «Сім п'ятниць на тижні»; охоплює ширший спектр тем, порівняно з іншими рубриками, а саме: соціальні, політичні, економічні, законодавчі тощо. Так, памфлет із заголовком «"Папєрєднікі" Путіна» має емоційно насичений тон завдяки сатиричності, якою автор пронизує весь текст.

Рубрика «Пошта Дня» виконує функцію своєрідного зворотного зв'язку з аудиторією. На її сторінках публікуються листи, відгуки, роздуми читачів, їх посилання або критика на попередні матеріали та ін.

Отже, тематика всеукраїнської щоденної газети «День» висвітлює ключові події, що відбуваються в суспільстві, тлумачить важливі явища у сфері економіки й політики, анонсує культурні заходи та повідомляє про новинки в галузі мистецтва.

Література

1. Табінський Я.Зображальні особливості сучасного репортажу у пресі і на телебаченні [Електронний ресурс] / Я. Табінський. – Режим доступу : http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n10/tele-and_radio_journalism-10-04.pdf

2. Фуркало В. С. Роль ЗМІ у формуванні світогляду сучасної людини / Фуркало В. С., Фуркало В. І. // Вісник Уманського державного педагогічного університету ім. Павла Тичини. – 2014. – №8. – С. 198-204.

3. Ятель Ю. І. Висвітлення друкованими ЗМІ проблем інформаційного простору як засіб формування інформаційної політики [Електронний ресурс] / Ю. І. Ятель. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1829

Ільницька Галина
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

ЖАНРОЛОГІЯ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ГЛЯНСОВІЙ ПРЕСІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

На сучасному етапі розвиту суспільства глянсовий журнал є продуктом масової культури, що має на меті спрямовану промоцію певних брендів, й існує виключно ради цього завдання, бо всі гроші, вкладені в нього, – гроші рекламодавців. Власне рекламодавцями диктується і спільна спрямованість видання, його стратегія й тактика. Журнали за основними своїми характеристиками є високоякісними друкарськими виданнями, розрахованими на широку цільову аудиторію, вербалізація й візуалізація в них є рівноправними частинами, оскільки з'єднання цих двох складових робить найбільш сильний вплив на читача (А.Адзінова). Глянс має гендерні відмінності й розрахований в основному на релаксацію людини, тому повністю виключені серйозні теми. Видання аполітичні, у них створюється ілюзія багатства, щастя й вічного свята життя.

В основу дослідження покладено аналіз жанрології рекламного контенту глянсового журналу «VIP club» і визначення його місця серед інших видань подібного типу Запорізького регіону. Методологічну і теоретичну основу дослідження складають праці, присвячені розгляду теми глянсових видань в Україні та світі, таких вітчизняних і зарубіжних

дослідників, як: А. Адзінова, С. Альперіна, Г. Данилова, К.Доценко, А. Кирилина, Р. Мокшанцев, А. Поліковський, Т. Степченко, І. Тартаковська,С. Ушакін, О. Феофанов, Ж.Чернова, С. Чуйкина, В. Шейнов, М. Шкондін, М. Шокало, А. Юрчак а також праці, що аналізують жанрологію пресової реклами (Д. Бернета, В. Бугрима, С. Веселова, В. Ільїна, І. Імшинецької, О. Назайкіна, Є. Ромата, В. Шевченко та інших).

Проаналізувавши друковані рекламні видання, що видаються або розповсюджуються в Запорізькому регіоні, К. Доценко пропонує поділити їх на п'ять основних груп: 1) щомісячні глянсові видання всеукраїнського масштабу або зарубіжного походження, 2) газети безкоштовних оголошень, 3) рекламно-інформаційні газети, 4) корпоративна рекламна преса, 5) рекламно-інформаційні глянсові журнали Запорізького регіону[2, с. 109].

«VIP Club» – журнал про запорізьку еліту й для запорізької еліти. Власна назва «Перший журнал Запоріжжя». Регіональність відчувається у майже повній відсутності реклами супервідомих модних брендів, таких як Christian Dior, Jean Paul Gautier, Yves Saint Loran і подібних, оскільки вони не зацікавлені в оплаті реклами в регіональній пресі.

З іншого боку, дивує той факт, що немає жодної реклами парфумерії, зокрема парфумів на кшталт Gucci чи Cavalli, хоча у регіоні є достатньо відомих бутіків із величезним вибором. У загальноукраїнських глянсових журналах цієї продукції дуже багато. Хоча в рекламі «VIP club» присутні найновітніші тренди, зокрема марки годинників, які продаються в регіональних бутіках. Натомість дуже багато реклами у цьому виданні пов'язано з автомобільним ринком, у тому числі зі світовими лідерами, такими як Toyota, Hyundai, Honda, Mitsubishi й подібними, оскільки регіональні представники автоцентрів із задоволенням вкладають гроші у свою промоцію.

На те, що журнал за своїм спрямуванням є рекламним, вказують і рубрики, які в собі несуть певний елемент самореклами: «VIP-персона», «VIP-ценности», «7 вещей», «Делай деньги», «Самый смелый VIP», «VIP-эксперт», «Когда-то у власти», «VIP-политика», «Биография успеха», «Хорошая идея», «VIP-услуга», «VIP-производство», «Свободные сердца», «VIP-пара», «VIP-психология»,»VIP-наследник престола»,»VIP-коронация», «За порогами ZP», «VIP-опрос», «Чужая тарелка», «VIP-продукт»,»Здоровый-VIP»,»VIP-игрушки», «VIP в образе», «VIP-событие»,»VIP-гороскоп», «VIP-плакат».

Рекламний контент цього журналу є досить розмаїтим, на сторінках представлено багато жанрів, користуючись даними класифікацій В. Бугрима, О. Назайкіна та С. Веселова [1; 2; 4] серед яких можна виділити:власно-автономні (повідомлення), за розташуванням у журналі рекламні елементи мають форму: «півострова», оскільки розташовуються ліворуч або частіше праворуч від загального тексту на сторінці, «стрічки» – оголошення чи повідомлення в газеті або журналі, розміщене на увесь «підвал» (на всю ширину).

Широко представлена так звана імідж-реклама (імідж-модуль), що представляє фірму чи товар цікавим і потужним образом у фірмово-стильовому обрамленні, здебільшого це цілі сторінки, або навіть розвороти, присвячені якомусь бутіку чи фірмі. Як бачимо, для неї характерними є наявність образу, слогана, товарного знаку (бренда) й колористики.

Серед інших жанрів треба відзначити постер, адветоріал, іміджеву статтю, іміджеве інтерв'ю, антрефіле, фотокореспонденцію, фоторепортаж, клубну купонну рекламу. Зустрічаються також так звані багатосторінкові реклами та представлено багато спонсорської реклами.

Література

1. Бугрим В. Креатив у рекламі / В. Бугрим. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2012. – 303с.

2. Веселов С. В. Маркетинг в рекламе. Часть II. Комплекс маркетинга в рекламной деятельности / С. В. Веселов. – М. : Издательство Международного института рекламы, 2003. – С. 31-36.

3. Доценко К. Концептуальна модель рекламного видання (на прикладі Запорізької преси) / К.Доценко // Вісник Київського міжнародного університету. Сер.: Соціальні комунікації. Журналістика. Медіакритика. Кінотелемистецтво. – Вип.8 – К.: КиМУ, 2009. – С.109 – 119.

4. Назайкин А. Эффективная реклама в прессе / А. Назайкин. – М. : Международный институт рекламы, 2001. – 204 с.

Іотова Ольга
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тернова А. І.

БЛІЦ-ОПИТУВАННЯ ЯК ФОРМА ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ІНТЕРВ'Ю (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «ДУМКИ ВГОЛОС», ТЕЛЕКАНАЛ «МТМ»)

Інтерв'ю для журналіста з одного боку – спосіб отримання інформації шляхом безпосереднього спілкування з людиною, а з іншого – публіцистичний жанр у формі бесіди чи діалогу, в якому журналіст за допомогою системи запитань допомагає інтерв'юйованому викласти інформацію, якою той володіє. Не зважаючи на значну роль інтерв'ю на сучасному телебаченні, уніфікованої класифікації різновидів інтерв'ю дослідниками ще не розроблено. Описані лише його окремі різновиди та форми.Про бліц-опитування у своїх дослідженнях згадують лише окремі науковці. Деякі з них прирівнюють їх до модифікації інтерв'ю, інші ж розрізняють їх як окремий інформаційний жанр. Тому актуальність нашого дослідження полягає у вивченні особливостей бліц-опитування у журналістиці, способу подання його на сучасному телебаченні. Щодо наукових досліджень цієї теми, то ними займалися: О. Голік [1], М. Григорян [2], М. Лукіна [3], О. Соломатіна [4], А. Тернова [5], О. Тертичний [6], та ін. Мета нашої роботи полягає у виявленні особливостей підготовки та подачі в ефір телевізійних бліц-опитувань на регіональному рівні на прикладі програми телеканалу «МТМ» «Думки вголос».

Інтерв'ю займає одне з найважливіших місць у сучасній тележурналістиці, воно є невід'ємною частиною екранної індустрії. Для глядачів це змога отримати інформацію «з перших рук». А бліц-опитування дає змогу отримати цілий спектр різних думок, суджень з відповідної теми. Однією з дослідниць, яка виділяє бліц-опитування як вид інтерв'ю є М. Лукіна. Класифікуючи інтерв'ю як метод отримання відомостей в залежності від цілейвизначає бліц-опитування як «…вид інтерв'ю, який ставить перед собою мету збору різних думок з якогось конкретного, як правило, вузького питання» [3, с. 18]. М. Григорян зауважує, що: «Сенс бліц-опитувань в тому, що кілька людей відповідають на одне питання (рідше їх буває два-чотири), що стосується будь-якого недавнього актуальної події або явища, що знаходиться в центрі суспільного інтересу. Бліц-опитування проводяться для того, щоб показати плюралізм, різноманітність думок з якого-небуть питання» [2, с. 103].

Окремо від жанру інтерв'ю власне бліц-опитування розглядає О. Тертичний і класифікує його як жанр опитування. Він зауважує, що «Ті публікації, які представляють собою фіксацію ходу опитування, можуть бути віднесені до самостійного жанру опитування. Схема утворення даної жанрової групи та ж, що і при утворенні жанрової групи інтерв'ю» [6]. Натомість, дослідниця О. Соломатіна хоча і відносить бліц-опитування до подібного інтерв'ю як методу збору інформації, але зауважує: «Якщо журналіст ділиться не тільки відповідями, але й своїми враженнями та реакцією на питання людей, публікацію можна віднести до жанру опитування, досить самостійного у журналістиці» [4, с. 36].

Вивчаючи класифікаційні ознаки жанрових видів, О. Тертичний у своїх працях робить висновок, що побудовані на викладі ходу опитування, мета яких - коротке повідомлення аудиторії про існування будь-яких думок, суджень, переваг, часто з'являються під рубрикою «Бліц-опитування» [6]. Саме на бліц-опитуваннях побудована програма «Думки вголос» (Телеканал «МТМ», м. Запоріжжя).

Якщо докладніше, то на початку програми журналістка в кадрі озвучує тему програми і запитання, яке ставили респондентам під час опитування. Програма триває близько двох хвилин, в цей час у ефірі транслюють відповіді 8-12 респондентів. Власне запитання озвучене в ефірі лише на початку програми від журналістки. Наприкінці телепрограми розміщують відповідь на поставлене запитання компетентної особи з теми бліц-опитування. Зауважимо, що на відміну від відповідей пересічних респондентів, які тривають від 3 до 15 секунд, хронометраж компетентної особи, експерта – до 50 секунд. Того, хто дає цей

коментар обов'язково титрують, вказують ім'я, прізвище та посаду. Тож можна віднести його відповідь до коментаря. «Бліц-опитування стоїть на межі жанрів інтерв'ю, бо побудоване на діалогічній основі запитання-відповідь і коментаря, якщо у словах опитуваного міститься аналіз, прогноз, а не просто факти, враження, емоції» [1].

Під час підготовки до бліц-опитування важливим етапом є визначення респондентів.М. Григорян з цього приводу наголошує, що «Зазвичай, залежно від теми опитування редакцією чи самим журналістом визначається хто стане респондентами, представники однієї або, навпаки, різних соціальних груп» [2, с. 103]. Так у випуску програми «Думки вголос» від 02.03.16р., де одночасно темою і запитанням до респондентів є «Скільки грошей треба заробляти, щоб бути щасливим?» взято інтерв'ю у представників різних соціальних груп, що обумовлено темою обговорення, яка стосується людей різної статті, поколінь і професій. «Питання можуть і не торкатися суспільно важливих тем. Вони можуть ставитися стосовно особистого життя, пристрастей або хобі» [2, с. 103]. Отже, респондентам бліц-опитування можуть поставити будь-яке запитання. Так у програмі «Думки вголос» від 04.03.16р. люди відповідали на запитання: «Скільки коштів ви плануєте витратити на оновлення гардеробу?». Подібні матеріали носять лише інформаційний характер. Особливістю і головною перевагою бліц-опитувань – наявність різноманітних думок. Лише наявність плюралізму у висловлюваннях виправдовує підготовку й видачу бліц-опитувань в ефірі.

Бліц-опитування називають ще «опитування на вулиці». «На англійський манер його називають street talk, часто використовують також латинський варіант – vox pop»» [3, с. 18]. Журналістами практиками виокремлені і певні рекомендації щодо особливостей вибору місця та планів зйомки бліц-опитувань: «Бліц-опитування необхідно знімати там, де проходить багато людей, проте подбайте про якість звуку (використовуйте додатковий мікрофон); для бліців застосовуються середні або крупні плани. При наявності двох і більше осіб в кадрі; зніміть коментар однієї людини, взявши в кадр групу, а потім інших зафіксуйте крупним планом. Таким способом добре монтувати кадри разом» [5, с. 65].

Бліц-опитування прийшло у журналістику з соціології. Як зазначає М. Лукіна: «Журналісти цей вид інтерв'ю нерідко помилково називають соціологічним опитуванням, тому що в ньому присутній елемент методу конкретних соціологічних досліджень – фіксований, чітке питання для великого числа респондентів. Однак в ньому відсутня головна вимога до соціологічних вишукувань –репрезентативність, тобто представленість різних соціальних груп, і, отже, за результатами таких опитувань не можна робити серйозних, що претендують на наукову точність висновків» [3, с. 18].

Не зважаючи на відхилення від точності відображення, працюючи над бліц-опитуваннями журналістам необхідно прагнути представити якомога більше думок різних людей. Також важливим є і зміст відповідей опитуваних. Важливо щоб у готовому матеріалі були присутні різноманітні думки, а інакше сенс бліц-опитування втрачається.

Ми погоджуємося з думкою дослідника М. Григоряна, що бліц-опитування є досить поширеним різновидом інтерв'ю [2]. Адже й дослідження доводить, що бліц-опитування (як і інтерв'ю) можуть виступати не лише як окремий жанр, а і входити до інших жанрових різновидів (як компонент) задля втілення журналістського задуму. Отже, бліц-опитування є однією з перехідних форм інтерв'ю, яке часто використовують журналісти у своїх роботах, не лише як частину певного жанру, а й будують на них окремі програми. Використовуючи бліц-опитування телевізійний журналіст, зокрема, отримує цікаву, унікальну, об'єктиву інформацію про судження людей, виявляючи їх ставлення до різних соціальних процесів, що відбуваються. А головне, надає можливість продемонструвати плюралізм думок з тих чи інших питань різних членів суспільства.

Література

1. Голік О. Інтерв'ю в українській пресі XXI ст. [Електронний ресурс] / О. В. Голік. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/ index.php?act =article &article=2312

2. Григорян М. Пособие по журналистике / М. Григорян. – М. : «Права человека», 2007. – 192 с.
3. Лукина М. Технология интервью : учеб. пособ. для вузов. – 2-е изд., доп. / М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 192 с.
4. Соломатина О. Писать легко : как соченять тексты, не дожидаясь вдохновения / О. Соломатина. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 144 с.
5. Терновая А. Технологические приемы видеооператора : современные требования [Электронный ресурс] / А. И Терновая. – Режим доступа : http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1432448768_0039.pdf
6. Тертичний А. Жанри періодичної преси [Електронний ресурс]: [навчальний посібник] / А. Тертичний. – Режим доступу: http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm

Іщенко Ольга
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Полякова Г.О.

ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ТЕМАТИКИ НА СТУДЕНТСЬКОМУ ПОРТАЛІ «ПОРОГИ»

Боротьба за результативність (ефективність і дієвість) ЗМІ починається з точного визначення найактуальніших тем, що заслуговують уваги громадськості, проблем суспільного і господарського життя, на яких варто зосередити сили редакційного колективу, із оперативності та своєчасності виступів, плановості, регулярності, послідовності та системності у подачі матеріалів. Вдячним полем діяльності щодо цього є сучасна різноманітна тематика: економіка, екологія, політика, влада, профспілкове життя, соціальний захист населення, право, наука і техніка, освіта, культура, побут, відпочинок, література, мистецтво, спорт, військово-патріотичне виховання, міжнародне життя і т. ін. [1].

Актуальність дослідження полягає в тому, що сьогодні існує проблема формування засобами масової інформації культурних цінностей у суспільстві. Адже саме вони мають істотний уплив на формування естетичного смаку реципієнта. Опублікування інформаційних та аналітичних матеріалів із культурної тематики не тільки сприяє формуванню власної думки з приводу культурних надбань цивілізації у читача, а й популяризує саме явище культури.

Однак ще більшого значення має висвітлення цієї тематики в студентських ЗМІ, або принаймні тих, котрі позиціонують себе як такі. Пояснюється це характерною цільовою аудиторією видань, яка складається переважно з осіб такого віку, у якому саме й відбувається процес укорінення моральних та естетичних цінностей.

Проте відсутність достатньої кількості видань, що приділяють достатньо уваги культурній тематиці, спричиняє кризу журналістики, в означеному проблемно-тематичному сегменті. Із іншого боку, видання, що містять у собі рубрику «Культура», котра, до речі, завжди формується за залишковим принципом, у своїй більшості обмежується анонсуванням подій або так званими звітами з них. Ситуація ускладнюється ще й тим, що через недостатній попит зараз різко скорочується кількість професійних оглядачів культури, і, як наслідок, погіршується якість роботи друкованих та електронних ЗМІ в цьому секторі. Це призвело до втрати зацікавленості широкого загалу в питаннях культури та заміні культурних новин світськими «сенсаціями».

Проаналізувавши якість висвітлення культурної тематики на незалежному порталі «Пороги», за окресленими критеріями, можна зробити наступні висновки:

По-перше, у виданні наявні багатожанрові публікації, котрі різняться також за темами, характером акцентування на проблематиці та можливим впливом на читача. Стиль подачі інформації є доступним та водночас «стандартизованим»: у матеріалах із цієї тематики, що переважним чином пов’язана із святковим і небуденним, хотілося б побачити оригінальність журналістських методів та прийомів. Усі матеріали є актуальними та сприяють формуванню власної думки з приводу того, чи іншого питання. Однак

переважають ті, що розкривають нову (сучасну) інформацію, базуються на принципах звичайного репортажу чи звіту з події. Тоді як висвітлення невідомих досі чи непопулярних колись фактів – не задіяна ланка інформації. Як наслідок, бракує портретних нарисів, «історій із життя» «легендарних» та «знаменитих» культурних діячів.

По-друге, стиль розкриття ситуації в культурному житті сьогодення – однаковий. У кожному з них майже відсутня критика та аналіз, навіть у тих, що розповідають про абсолютно звичайні події, наявний ефект перебільшення їх значення, презентація на розгляд читачеві як чогось незвичайного та захоплюючого. Але часто такими висвітлені події та явище не є.

Із приводу цих зауважень, можна сформулювати низку рекомендацій, завдяки дотриманню яких можна поліпшити якість культурної тематики: менше стандартизованості, більше висвітлення історичних, хоча й не дуже актуальних тем, більше біографічних матеріалів, тем, що викликали «людський інтерес», менше розгляду подій та явищ через призму власного враження із цього приводу; більше анонсів, більше інформації про сучасне культурне життя (безкультур'я культури також), більше інтерв'ю з культурологами, експертами з питань культури, більше аналітики культурних процесів, що відбуваються на регіональному рівні.

По-третє, портал «Пороги» (в аспекті висвітлення культурної тематики) є прикладом сучасного молодіжного ЗМІ. Але акцентування лише на сучасній культурі, і нехтування класичними прикладами (класична музика, хоровий спів, народні промисли – поза увагою дописувачів). Створюється враження, що в м. Запоріжжі їх зовсім немає. Тим більше, коли це стосується молодіжних ЗМІ, котрі покликані формувати ставлення до культурних надбань цивілізації та систематизації цих знань.

Таким чином, результатами дослідження є визначення головних критеріїв оцінки висвітлення культурної тематики незалежним студентським ЗМІ, аналіз ситуації у якій на сьогоднішній день перебуває культурна молодіжна журналістика, а також формування конкретних порад щодо вдосконалення висвітлення інформації про культурне життя.

Література

1. Дзялошинский И. Культурная проблематика в СМИ: влияние представлений журналистов на освещение событий культурной жизни [Электронный ресурс] / И.Дзялошинский. – Режим доступа: tolerance.ru›biblio/dzyalosh-1/multi/3

Клюєва Марина
студентка 2 курсу, фак-ту журналістики
Наук.кер.: к.н.соц.ком, ст.викладач Кондрико А.А.

СПЕЦИФІКА ОФОРМЛЕННЯ ДИТЯЧИХ ЕНЦИКЛОПЕДІЙ ВИДАВНИЦТВОМ «РАНОК»

Сьогодні енциклопедичні видання для дітей є популярним різновидом друкованої продукції, що зумовлено читацьким попитом та можливостями видавничих структур; як наслідок, існує об'єктивна потреба оновити, збагатити та систематизувати вимоги до таких неперіодичних видань для дітей, зокрема, і до їх художньо-технічного оформлення.

Мета роботи – систематизувати особливості дизайну дитячих енциклопедичних видань України.

Для досягнення поставленої мети необхідно реалізувати такі завдання:

1) структурувати основні вимоги до оформлення дитячих енциклопедичних видань;

2) виявити еволюцію у дизайні енциклопедій для дітей українського видавництва «Ранок» на прикладі видань 2002 та 2015 років.

Насамперед варто зазначити, що аналізуючи сучасний науковий дискурс та чинні стандарти, ми не знайшли окремо сформульованих вимог до оформлення дитячих енциклопедичних видань. Тому, враховуючи, що енциклопедія для дітей та юнацтва – це науково-популярне довідкове видання, логічно припустити, що вимоги до енциклопедій повинні бути аналогічними до правил дизайну наукової та начальної літератури.

Дослідниця Т. Єжижанська підкреслює: «Саме від віку дітей залежать вимоги до кеглю, кількості гарнітур, насиченості видання ілюстраціями» [2].

Відповідно, за ДСТУ 29.6-2002 до видань для дітей віком 6-10 років висуваються такі вимоги:

1) для друку основного тексту на кольоровому фоні та на ділянках багатоколірних ілюстрацій потрібно застосовувати кегль шрифту не менше 16 пунктів;

2) в усьому виданні для основного, додаткового та виділеного тексту, крім заголовків, дозволяється застосовувати шрифти не більше чотирьох гарнітур або чотирьох накреслень однієї гарнітури. Для виділеного тексту дозволяється використання не більше трьох кольорових фарб – синьої, червоної, чорної;

3) рекомендована ілюстративність видання – не менше 30% [1].

За стандартом при оформленні видань, призначених дітям 11-14 років, необхідно враховувати, що:

1) для друку основного тексту на кольоровому, сірому фоні, багатоколірних ілюстраціях потрібно застосовувати кегль шрифту не менше 12 пунктів;

2) текст у науково-популярних виданнях ілюстративністю не менше 30 % допускається розміщувати на двох шпальтах тільки в такому шрифтовому оформленні:

– кегль шрифту не менше 10 пунктів;

– збільшення інтерліньяжу не менше ніж на 2 пункти;

3) для додаткового та виділеного тексту дозволяється застосовувати виворітний шрифт кеглем 12-14 пунктів з оптичною густиною фону не менше 0,5мм [1].

Під час дослідження дитячих енциклопедичних видань було виявлено, що енциклопедія «Богатства нових континентов», що вийшла друком 2002 року та орієнтована на читачів 10-12 років, має такі особливості дизайну: на початку кожної статті використовується буквиця, сторінки оздоблені пунктирною рамкою, на деяких шпальтах вказаний хронологічний показник, надрукований на блідо-жовтій підкладці, що не ускладнює читання, а виокремлює текст з-поміж іншої інформації. Ілюстрації у виданні використовуються як кольорові, так і чорно-білі, також розміщено мальовані зображення карт. Отже, художньо-технічне оформлення аналізованої енциклопедії відповідає сучасним вимогам.

Видання ж 2015 року «Відкритий космос», орієнтоване на третю вікову категорію, має якісний вигляд завдяки міцному паперу та оправі з плівковим покриттям. На кожній сторінці є вказівка на розділ. Загалом, енциклопедія виглядає досить науково; є велика кількість ілюстрацій, на яких зображені різні планети, фотографії вчених, знімки метеоритів та різноманітні схеми; гарнітура шрифту майже незмінна; оформлення стримане, хоча довідкове видання не виглядає нудним і з легкістю зацікавить потенційного читача.

Таким чином, у результаті дослідження ми з’ясували, що оформлення дитячих енциклопедичних видань залежить від вікової категорії читача, базовими вимогами до нього є: використання відповідного кеглю шрифту основного тексту; ілюстрування видання; особливості друку на кольоровому фоні тощо. Аналіз видань засвідчив, що дизайн енциклопедичних видань для дітей видавництва «Ранок» відчув на собі якісні зміни можливостей поліграфії, наслідком чого стало використання великої кількості фотографічних зображень, які яскраво ілюструють змістове наповнення книги, підкреслюють наочність, висунутих у енциклопедії тверджень, та полегшують сприйняття тексту, шрифти відповідають висунутим вимогам, не порушують композиції видання, усі графічні елементи виглядають збалансовано та пропорційно. Для зручності користування на кожній сторінці зазначено розділ, виділений відповідним кольором, до якого відноситься матеріал, подано термінологічний покажчик та списки використаних джерел.

Література

1. ДСТУ 29.6–2002. Видання для дітей. Поліграфічне виконання : Загальні технічні вимоги : Вид. офіц. – К., 2002. – 16 с.

2. Єжижанська Т. Періодичні видання для дітей : комунікаційний аспект / Т. Єжижанська // Педагогіка. – 2009. – № 17. – С. 235-237.

Козачок Оксана
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Тернова А. І.

ТЕЛЕВІЗІЙНІ КАЗКИ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ КАНАЛАХ: МЕДІАОСВІТНІЙ ВПЛИВ НА ДІТЕЙ

У вихованні дитини раннього віку важливу роль відіграє наочний показ моделей поведінки, які найчастіше і найлегше можна виявити в казках. Вони активно розвивають уяву і образне мислення й допомагають розрізняти, де реальність, а де вимисел, формуючи, таким чином, критичне ставлення, як до вигаданих, так і до життєвих ситуацій.

Поряд із традиційною казкою упродовж століття увагу маленьких глядачів привертає вечірня казка у форматі телевізійної програми [3, с. 151]. Пріоритетним завданням у таких телепередачах є сприяння формуванню особистості й естетичне задоволення дитини при перегляді [2, с. 15].

Над проблемами функціонування дитячого телебачення працюють такі вчені: Л. Лозов'юк, Е. Мурюкіна, Г. Онкович, І.Пенчук, Н. Темех та багато інших.

Метою статті є аналіз телепрограм «Казки Лірника Сашка» на UA: Перший та «Казка Домовуші» на запорізькому телеканалі ТВ-5 на предмет їх впливу на формування особистості.

«Казки Лірника Сашка» (UA: Перший) виходять щодня, не у вечірній час, як звикли до цього глядачі, а в обідній. Програма орієнтована на дітей дошкільного та шкільного віку. Початкова заставка, на нашу думку, не відповідає запитам маленьких глядачів, адже у оформленні використані тьмяні кольори (блакитний, жовтий, зелений). Проте музичний супровід підібраний відповідний аудиторії – лірична мелодія налаштовує на сприйняття казки.

Вдалою є форма подачі інформації – бородань Сашко Лірник (Олександр Власюк) у вишиванці сидить на троні і веде розповідь. Для теми він обирає найпопулярніші українські народні та літературні казки. Завдяки невеликому обсягу, простому змісту відбувається вплив на емоційну сферу дитини, розвивається її фантазія. Вона концентрується, намагається запам'ятати почуте. Увагу маленьких глядачів вдається втримати протягом усього часу (10 хв.) завдяки жвавому, цікавому й зрозумілому для маленької за віком аудиторії мовленню. Ведучому вдається відродити зниклий уже на українському телепросторі жанр розмовної оповіді. Підтвердженням цього є постійні запитання до глядачів, доповнення головної теми оповіді історіями з власного життя, спонукання до дій (наприклад: «Я не просто розповідаю казки, а й чогось розумненького, тому слухайте уважно»). Аби малятам було цікавіше, поряд із ведучим знаходиться рудий Котик, який, власне, і «муркоче» твори.

Ще однією особливістю у програмі є піщаний годинник. Сашко Лірник перевертає його, як тільки починається ефір зі словами: «Нарешті я дочекався зустрічі з Вами!». Акцент зроблено на цьому тому, аби діти могли слідкувати за часом і знали, коли закінчиться казка. Наприкінці ефіру ведучий зачитує листи дітлахів і демонструє надіслані ними малюнки. Такий зв'язок сприяє удосконаленню комунікаційних навичок. Якщо лист дитини прочитають у програмі, вона буде пишатися собою. Тобто формується власна самооцінка.

«Казка Домовуші» (ТВ-5) виходила щодня у вечірній прайм-тайм, проте зараз програму перенесли в ранковий блок. Розрахована для дітей дошкільного і шкільного віку. Ще з самого початку програма зацікавлює глядачів яскравою заставкою з мультиплікаційними героями і ритмічною музикою. Це в деякій мірі формує в дитині естетичні смаки.

Незвичайним є казковий персонаж Домовуша (засл. артист Юрій Романов), який разом із Мариною Зеленською ведуть ефір, розповідаючи маленьким глядачам про навколишній світ. Під час програми вони малюють, готують подарунки для рідних та друзів. Наприклад, листівку на 8 березня або ж картину із зерен різних круп. Тобто, діти не просто

дивляться, а ще й самі долучаються до певних дій. На думку О. Запорожця [1], такі види праці привчають ретельно вивчати предмети, звертати увагу на деталі. Розвивається моторика рук, пробуджується фантазія юних глядачів. Також у програмі проводяться різноманітні конкурси, що заохочує до співпраці маленьку за віком аудиторію. Діти активно надсилають листи на адресу телеканалу. Ведучі в ефірі зачитують деякі з них. Марина Зеленська у діалогах з Домовушею завжди намагається навчити чомусь – запитує яка це геометрична фігура чи задає загадку. Це значно збагачує знання маленьких глядачів.

Зауважимо, так як це казка у форматі телепрограми, то в деяких випусках читають й активно обговорюють народні твори чи класиків дитячої літератури, які формують у малюків уявлення про добро і зло.

У кінці телепрограм дітям традиційно бажають приємних снів і від Домовуші дарують цікавий мультфільм. Проте через короткий хронометраж (15 хв.) його не завжди показують повністю, лише уривок із титрами «Далі буде» й це часом викликає у маленьких глядачів розчарування чи незадоволення. Одна малеча із нетерпінням чекає на наступну програму, інші – взагалі не хочуть дивитися продовження якоїсь частини мультфільму чи казки.

У ході дослідження ми прийшли до таких висновків:

1) Телебачення є одним із найвагоміших факторів родинного виховання та розвитку дитини. Обрані програми у форматі телевізійної казки вже самі по собі мають позитивний вплив на маленьку за віком аудиторію.

2) Оформлення програми «Казки Лірника Сашка» не відповідають запитам дитячої аудиторії, проте казка – є основою всього ефірного часу. У «Казці Домовуші» розповіді з літературних творів поєднуються з іншими видами творчості.

3) Завдяки цікавій подачі інформації у дітей розвивається фантазія, формується картина світу; через можливість надсилати листи та брати участь у конкурсах проявляється індивідуальність, становлення особистісних властивостей.

4) Формат телевізійної казки не втілений повною мірою в обох аналізованих телепередачах, адже він передбачає подачу такого формату випусків у вечірній час, безпосередньо перед сном.

Література

1. Запорожец А. Психология детей дошкольного возраста. Развитие познавательных процессов / А. Запорожец, Д. Эльконин. – М. : Просвещение, 1964. – 350 с.
2. Лазарева О. Вплив телебачення на емоції і поведінку дитини / О. Лазарева // Психолог довкілля. – 2011. – № 11. – С. 14–16.
3. Пенчук І. Телебачення для дітей в Україні : монографія / І. Пенчук. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 384 с.

Колісник Юлія
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.н.соц.ком., ст.викладач Кондрико А.А.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСОБІВ АТРАКЦІЇ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНО-АГІТАЦІЙНОЇ ПРЕСИ

Політичне життя держави супроводжується масштабними виборчими кампаніями, що потребують ефективного інформаційного забезпечення, зокрема, і за допомогою друкованих мас-медіа. Агітаційні матеріали повинні бути презентовані та оформлені таким чином, щоб у потенційного виборця виникло бажання не тільки взяти їх до рук, але й ознайомитися зі змістом.

Засоби привернення уваги є важливим елементом дизайну успішного політично-агітаційного видання, покликаного оприлюднити позицію кандидата, апелювати до свідомості електорату та, зрештою, заволодіти прихильністю своїх реципієнтів.

Метою роботи є систематизація засобів атракції політично-агітаційної преси на прикладі передвиборчих газет кандидатів на посаду мера міста Запоріжжя 2015 року.

Політично-агітаційна преса – це система друкованих видань, що виходять періодично або з'являються напередодні виборчих подій, презентують суб'єктів виборчого процесу та прагнуть задовольнити інтереси своєї аудиторії. Публікуючи матеріали відповідно до програмних завдань політичної сили, вони забезпечують зовнішній плюралізм думок і позицій.

Починаючи з 1990 року, спостерігається різке зростання кількості друкованих видань, що належать певним політичним формуванням; як наслідок, конкуренція між ними постійно підвищується [1].

Важливо, щоб стиль оформлення видання відповідав змісту та призначенню. Постійність у застосуванні прийомів виділення та акцентування допомагає читачеві краще орієнтуватися на сторінках періодичного видання. Будь-яке незвичне оформлення приверне увагу, стане акцентом [4].

На основі того, що всі сигнали, які людина отримує від органів чуття, її емоції залишаються в пам'яті на певний проміжок часу, формується атракція. Викликані реакції можуть бути позитивними, негативними або нейтральними. При цьому кожен сигнал чинить на реципієнта той або інший вплив. І тому можна впливати на сприйняття особистості суспільством або конкретним його представником, лише опанувавши основи психології. Для цього потрібно навмисно надсилати необхідні невербальні сигнали.

Сучасні політично-агітаційні видання помітно відрізняються від своїх попередників. І хоча більшість елементів оформлення залишилися тими самими, проте новітні технології, вітчизняний та закордонний досвід, насиченість інформаційними подіями та інші чинники знайшли своє відображення у формуванні нових тенденцій в оформленні газет.

Варто зауважити, що сучасні політично-агітаційні видання використовують різноманітні засоби атракції, зокрема й такі, як зоровий та вербальний подразники. Вербальна, або мовна, атракція застосовується в оформленні заголовків та матеріалів, на які редакція прагне звернути особливу увагу електорату.

Проаналізувавши політично-агітаційну пресу Запорізького регіону 2015 року, ми з'ясували, що на шпальтах таких видань у боротьбі за голоси потенційних виборців використовують цілу низку засобів привернення уваги, однак перевага надається ілюстративному матеріалу, виділенню тексту, застосуванню кольору та вдало дібраним заголовкам, що здатні лишити інформацію про кандидата у пам'яті потенційного виборця.

Найчастіше на сторінках політично-агітаційних видань розміщують портретну фотографію, на якій зображено політичного лідера тієї чи іншої партії, для того, щоб виборці знали кандидата «в обличчя». Також газети публікують карикатури, як правило, з негативним забарвленням. Вибір кольору оформлення залежить від партії, якій належить те чи інше друковане видання. Наприклад, газета лідера запорізької організації партії «УКРОП» Ярослава Гришина оформлена у зеленому кольорі, який вже став візитною карткою партії. Надалі у потенційного виборця саме цей колір буде асоціюватись з названим кандидатом. Червоний колір, а також напівжирне виділення використовують практично всі видання для того, щоб виділити на шпальті важливу інформацію, яку неодмінно має помітити потенційний виборець.

Провідною є тенденція до комбінування засобів привернення уваги. Так, мовна атракція, сполучена з невербальними засобами, утворює єдиний інформаційний блок, що дозволяє якомога довше утримати погляд читача.

Отже, засоби привернення уваги є невід'ємним елементом створення політично-агітаційного видання, орієнтованого на підтримку позитивного образу свого кандидата та демонстрацію основних недоліків конкурента, його політичної програми.

Література

1. Володеева В., Дорошев В. Основы психологии рекламы / В. Володеева. – СПб. : СПбТЕІ, 1995. – 478 с.

2. Іванов В. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В.Іванов ; наук. ред. А. Москаленко. – К. : Знання, 2000. – 222 с.

3. Холод О. Інструментарій засобів масової інформації у процесі формування іміджу політиків: Автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 / О. Холод ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2007. – 30 с.
4. Шевченко В. Роль інтерпретації інформації графічними засобами в періодичних виданнях / В. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/74263/28-Shevchenko.pdf? sequence=1.

Коломоєць Наталя
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

КВАЛІМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНЬОГО ВИДАННЯ «КУЛЬБАБОВЕ ВИНО» РЕЯ БРЕДБЕРІ

В умовах жорсткої конкуренції на книговидавничому ринку дедалі гострішою постає проблема створення оригінальних видань, які б якісно вирізнялися з-поміж інших змістовим наповненням і художньо-графічним оформленням, поліграфічним виконанням. Отже, постає проблема доцільного врахування типологічних властивостей книги, попиту та купівельної спроможності потенційних споживачів.

В Україні проблему якості книжкової продукції та метод кваліметричного аналізу досліджують такі науковці, як С. Гавенко, М. Мартинюк, О. Мельников. Однак видання «Кульбабове вино» ще не було об'єктом детального аналізу, чим і зумовлений вибір теми та її актуальність

Метою роботи є виявлення особливостей кваліметричної моделі літературно-художнього перекладного видання. Об'єктом – видання «Кульбабове вино» Рея Бредбері (2015 р., вид-в «Наукова книга – Богдан»).

Кваліметрія є ефективною методикою дослідження якості не лише періодичних, а й книжкових видань. Композиційно-графічна модель — це модель, що формалізує структуровані потоки інформації, унаочнює змістову модель видання, закріплює комплекс стандартних елементів набору та оформлення видання. Вона залежить від змістової моделі та покликана сприяти найкращому сприйняттю інформації [1, с. 16].

У результаті аналізу літературно-художнього перекладного видання виявлені особливості його кваліметричної (якісної) моделі. До них відносимо такі:

- змістовій моделі видання властива однорідність, що зумовлена типом книги (моновидання);

- композиційно-графічна модель книжки «Кульбабове вино» не вирізняється багатовимірністю, та завдяки цьому має досить високий рівень читабельності й зосереджує увагу читача лише на текстовій основі твору. Основним недоліком є відсутність контртитулу, що є недопустимим у перекладному виданні, та авантитулу з назвою серії, до якої входить книга.

Виявлені й суттєво якісні елементи видання. Текстова частина видання «Кульбабове вино» насичена засобами виділення. Перше, що привертає увагу, це епіграф, виконаний курсивним накресленням і розміщений вирівнюванням до лівого боку. Тут використаний і «спуск» для акцентування уваги на початку твору. Розділи в тексті розмежовані за допомогою графічного (роздільного) елемента (чорний ромб). Кількість розділів не нумерується та не вказується.

Обкладинка оформлена в чорно-зеленому тоні (верхня частина) та сіро-чорно-білому (нижня частина). Це зумовлено поглибленим контрастом змісту твору та функцією атракції. Зображення наведено лише одне – чорна кульбаба, виконана на подвійному тлі (верхня частина – на зеленому, нижня – сірому). Прізвище та ім'я автора (по батькові тут відсутнє) зазначено мовою перекладу (чорним шрифтом із жирним накресленням) у верхній частині обкладинки. Трохи нижче наводиться назва видання, теж чорним шрифтом із помітно тоншим накресленням, але більшим кеглем набору. Знизу обкладинки, на сірому тлі, – назва

серії дрібним білим шрифтом з окремо розробленим графічним логотипом (у попередньому виданні назва серії на обкладинці не вказана). На обкладинці видання «Кульбабове вино» нема прізвища, ім'я, по батькові автора мовою оригіналу.

Обкладинка книги «Кульбабове вино» виготовлена із щільного картону, тому є такі елементи, як форзац та каптал. Так, форзац тут виготовлений із білого щільного й цупкого паперу, що відволікає увагу від насичених кольорів палітурки. Виконує скріплювальну та захисну функції.

Каптал книги з білих ниток, що повністю відповідає композиції всього видання. До нього також кріпиться допоміжний елемент – закладка, виготовлена із сірих шовкових ниток.

Корінець видання «Кульбабове вино» також виконаний у стилі лицьового боку обкладинки зі збереженням усіх кольорів. На верхній частині корінця зазначається назва видання чорними літерами, трохи вище від неї наводиться графічний логотип серії. У нижній частині корінця – прізвище та ім'я автора білими літерами, нижче від нього подається графічний логотип видавництва

Вихідні відомості у виданні представлені повною мірою і відповідають вимогам ДСТУ 4861:2007 «Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості».

Отже, книжкове видання потребує детальнішого вивчення, розробки єдиної системи критеріїв оцінювання якості. Адже це в майбутньому досить суттєво вплине на розвиток книжкового бізнесу та книжкової промоції. Якість саме літературно-художніх видань є дуже важливим фактором у їхній популяризації, оскільки неякісною продукцією ніхто не цікавиться, а це призведе до інтернетизації книжкового ринку (саме літературно-художнього відділу), що негативно позначиться на діяльності видавничих установ.

Література

1. ГавенкоС. Кваліметричний аналіз поліграфічного виконання дитячих видань українського книжкового ринку / С. Гавенко, М. Мартинюк // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 2. – С. 15-17. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkp_2011_2_4.pdf

2. Кульбабове вино: повість / Р. Бредбері; пер. з англ. В. Митрофанова. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2015. – 423 с. – (Серія «Маєстат слова»).

Кротенко Наталія
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Полякова Г.О.

ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ РАЙОННОЇ ГАЗЕТИ «РІДНИЙ КРАЙ»

Українська районна преса, починаючи з років здобуття незалежності, перебуває у процесі постійного формування, оновлення. Районні засоби масової інформації вистояли в жорстких умовах конкуренції з національною пресою перш за все тому, що виявилися найпотрібнішими певному колу читачів, адже саме в них шукає сільський житель відповіді на найболючіші запитання, починаючи від пенсійної, аграрної і закінчуючи податковою та політичною реформами.

Роботі районної газети надавалося достатньо уваги в часи розмаху робсількорівського руху. Головною темою журналістських матеріалів була робітнича праця трудівників заводів, фабрик, колгоспів. Сільського мешканця перш за все цікавило, що відбувається в його селі, районі, а не в столиці.

Нині ж змінилися деякі принципи роботи журналістів, підходи до поділу текстів на жанри, а кількість теоретичних праць, присвячених специфіці роботи районної газети суттєво зменшилась. Окремі дослідження на цю тему зовсім відсутні, а ті, що є, розглядають більше політичні та економічні аспекти функціонування районної газети, ніж творчу сторону [1; 2; 3]. Тому дослідження особливостей функціонування районної газети на сучасному етапі є актуальним.

Сучасні регіональні видання, у переважній більшості, є інформаційними. Не є винятком і газета «Рідний край».

Видання «Рідний край» – це інформаційно-рекламний тижневик, що містить відомості про події в районі, області, в Україні, в світі. Газета містить аналітичні матеріали й коментарі. «Рідний край», заснована у вересні 1930 року, виходить зараз двічі на тиждень, у середу та суботу, тираж – до 5000 примірників, формат видання А3. Редактор К.Причиненко, засновник і видавець – Куйбешевська районна рада.

Так, проаналізувавши газету за період з 2015 по 2016 рр., бачимо, у ній переважають інформаційні жанри – їх понад 80 % відсотків, біля 12 відсотків у газеті відводиться на аналітичні жанри, і лише біля 8 % – на художньо-публіцистичні.

Матеріали, що вміщені на шпальтах газети «Рідний край», це – насамперед офіційна інформація – різні державні постанови, промови політичних діячів, особливо під час передвиборчих перегонів, заяви політичних партій, громадських організацій та окремих осіб.

Велику частину газети займає так звана подієва інформація, куди належать оперативні повідомлення про факти й події внутрішнього життя цього регіону. На останній шпальті десь половина, або навіть більше, і це – не зовсім зрозуміло, відведено під таку специфічну інформацію, як некрологи, чи згадки про померлих, де родина й друзі словами подяки, а то найчастіше віршами – згадують про людей, які пішли з життя.

Чимало матеріалів – це ділова інформація, до якої належать виступи фахівців із якнайширшого кола питань, що цікавлять аудиторію. У газеті «Рідний край» це насамперед матеріали з медицини, освіти, будівництва, агрономії, як створені самими спеціалістами, так і отримані від них у формі інтерв'ю. Багато матеріалів створено у жанрі звіту про подію, це – звіти про різні свята, ювілеї, пам'ятні дати тощо.

Довідкова інформація та реклама займає в сучасній журналістиці вагоме місце й виконує не тільки функцію повідомлення, але й фінансового забезпечення видань. «Рідний край» за назвою є інформаційно-рекламним виданням, отже, за розподілом на шпальтах – майже 25–30 % займають рекламні оголошення, зазвичай це – четверта, остання сторінка, але зустрічаються вони й на перших трьох.

Блок естетичної інформації представлений дуже рідко – адже літературні твори, репродукції живопису й художні фотографії в регіональних друкованих ЗМІ є скоріше винятком, ніж правилом, так відбувається і в газеті «Рідний край».

Що ж стосується публіцистики, що є серцевиною, стрижнем журналістики, то аналітичні матеріали від коментаря до огляду, статті, нарису теж представлені дуже рідко.

Оскільки на відміну від інформаційних жанрів журналістики, що можуть створюватися нашвидкуруч, публіцистика вимагає системного підходу до вивченої теми, таких глибоких матеріалів у регіональній пресі обмаль. Найчастіше, за браком часу, газети здебільшого складаються з інформаційних повідомлень. Не виняток тут, звичайно, і «Рідний край».

Отже, журналісти районної преси не залишають повністю поза увагою й аналітично-публіцистичні та художньо-публіцистичні групи жанрів. Однак, більш поширеними, тут є інформаційні жанри, тому що постійне розширення потоків інформації вимагає стислості, лаконізму, оперативності.

Література

1. Паславський І. Районна преса: докорінні реформи неминучі /І.Паславський [Електронний ресурс] // Дзеркало тижня. – 2003. – 18 квітня. – Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/SOCIETY/rayonna_presa_dokorinni_reformi_neminuchi.html

2. Прядка П. І.Газета про час і про себе (Від повітових «Известий...» до районного «Вісника Олєшшя») : [публіцистика] / Петро Прядка, Борис Прищепа. - Цюрупинськ : Климус В. В. [вид.], 2015. - 119 с.

3. Уліцка О. В. Регіональна преса у конфліктному полі місцевих органів влади (за матеріалами львівських газет 1994-2004 рр.) : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Уліцка Ольга Василівна ; Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. - Л., 2005. - 22 с.

Леонтій Єлизавета
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц.Романюк Н.В.

ЕТАПИ РЕДАКТОРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ НАВЧАЛЬНОГО ВИДАННЯ ДЛЯ ВИЩОЇ ШКОЛИ

Через інтенсивний розвиток усіх сфер життєдіяльності людина повинна встигати за новою інформацією. Навчальні видання мають важливе значення в сучасному суспільстві, оскільки покликані давати нові знання і сприяти формуванню навиків їхнього застосування незалежно від рівня освіти.

Розробка навчального видання – складний процес. Він вимагає уважності, докладання максимум зусиль на всіх стадіях підготовки книги до друку. Якщо це не одноосібне видання, то складність виникає при уніфікації навчальної інформації і в роботі з авторами.

При конструюванні навчального видання враховують його цільове призначення, категорії учнів, можливості використовуваних елементів, а також завдання послідовного викладу навчальної дисципліни, повинні спрямовавати на активізацію творчого потенціалу учня [1].

Питанням особливостей підготовки навчальних видань займаються такі дослідники, як С. Антонова, О. Гречихін, Ю. Древс, В. Садовський, М. Тимошик та інші. Однак досі нема всебічного вивчення особливостей роботи редактора над таким навчальним виданням, як курс лекцій, чим і зумовлений вибір теми та її актуальність.

Метою статті є теоретичне обґрунтування етапів редакторської підготовки навчального видання. Об'єктом – колективний конспект лекцій з дисципліни «Навчальні, наукові та науково-популярні видання».

За ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни й визначення», навчальне видання – це видання систематизованих відомостей наукового або прикладного характеру, викладених у зручній для вивчення і викладання формі.

Конспект лекцій – навчальне видання стислого викладу курсу лекцій або окремих розділів навчальної дисципліни [3, с. 15]. Виконує такі функції: методологічну, пізнавальну, світоглядну, практичну. С. Антонова відносить конспект лекцій до групи основних навчальних видань.

Досліджуване видання є колективним, адже кожну тему готували окремі автори. Це зумовило особливий підхід до редакторської підготовки. Автори постійно співпрацювали з упорядниками, підтримували тісний взаємозв'язок у системі автор – редактор – видавець [2].

Роботу редактора над структурою посібника поділяють на два етапи: ознайомлення з авторським оригіналом з метою зіставлення його з навчальною програмою та чітке структурування майбутнього видання [4, с. 155].

На першому етапі своєї роботи редактор формулює вимоги до основних елементів тексту майбутнього авторського рукопису, ураховуючи «Методичні рекомендації щодо структури, змісту та обсягів підручників і навчальних посібників для вищих навчальних закладів» (Додаток 1 до наказу МОН України № 588 від 27.06.2008 р.), і передає їх авторам.

Після того, як автори принесли готовий матеріал, редактор перевіряє його на наявність обов'язкових компонентів, на відповідність тексту навчальній програмі. Якщо виявлені відхилення від головних вказівок, то видання повертається на доопрацювання. Оскільки основну частину навчального видання готує колектив авторів, то в обов'язки редактора входить і уніфікація всього тексту – приведення мови до єдиного стилю викладу матеріалу. Саме в цьому й полягає особливість роботи редактора над колективним виданням.

Текст проходить не менше трьох вичитувань. Спочатку редактор видаляє матеріал, який не стосується теми, або, якщо він не доопрацьований, звертається до автора. Потім його перевіряють на наявність мовностилістичних помилок та відправляють на коректорську правку.

На другому етапі редактор працює над структурою навчального видання. Оскільки структурування тексту було прописане у вимогах до оформлення рукопису, редактор повинен перевірити їх дотримання. Структура конспекту лекцій складається зі змісту, вступу, основного тексту, питань та тестів для самоконтролю, бібліографічного опису, що відповідає рекомендаціям МОН України. Відсутні покажчики та додатки.

Після редакторської правки матеріал верстається технічним редактором за заздалегідь підготовленим шаблоном оформлення, а колектив відповідальних за випуск цього видання готує анотацію, вихідні відомості та вступ. Видання ще раз перевіряється головним редактором.

Створення навчального видання вимагає точності й уваги від усіх учасників, починаючи від автора та закінчуючи технічним редактором. Практичний досвід підтверджує теоретичні засади щодо підготовки конспекту лекцій до друку, а також необхідність протягом роботи співпрацювати з творчим колективом.

Література

1. Антонова С. Редакторская подготовка изданий : учебник для вузов / С. Г. Антонова, В. И. Васильев, И. А. Жарков [и др.]. – М. : Логос, 2004. – 495 с.
2. Бажухина Ю. В. Учебная книга как предмет книговедческого исследования: к постановке вопроса / Ю. В. Бажухина // Деятели книги: Михаил Николаевич Куфаев (1888-1948) : сб. науч. тр. по материалам 15-х Смирдинских чтений / [под ред. И.А. Шомраковой]. – СПб. : СПбГУКИ, 2010. – С. 176-184.
3. ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види: Терміни та визначення» [чинний від 01-01-96]. – К. : Держстандарт України, 1996. – 24 с.
4. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування : Навчальний посібник / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука – Концерн «Видавничий Дім «Ін Юре», 2004. – 224 с.

Макхтут Мохамед Амін
1 курс, магістр фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Полякова Г.О.

ПРИЙОМИ СТВОРЕННЯ МЕДІАТЕКСТІВ НА КАНАЛІ «АЛЬ-ДЖАЗІРА»

«Аль-Джазіра» починала як регіональна медіаструктура і сьогодні все частіше іменується «арабською «Сі-Ен-Ен». До цього телеканалу ніколи не ставилися нейтрально: його називали і «рупором «Аль-Каїди», й інструментом політики Катару, але одночасно з цим, незважаючи на всю критику і недоліки телеканалу, практично всі дослідники називають «Аль-Джазіру» феноменом арабського світу і віддають належне заслугам цього ЗМІ саме як унікальному медіаявищу.

Стати таким каналу дозволили медіатексти, багато з яких обернулися інформаційними бомбами, що викликали серйозні, глобального масштабу, скандали і дискусії. Таких «медіабомб» в арсеналі «Аль-Джазіри» виявилося чимало. Канал, наприклад, вступав у вкрай ризиковані, незаконні відносини з відомими терористами і навіть надавав їм ефір. Багаторазово на адресу каналу звучали звинувачення в тому, що він фінансується терористами, що він сам є рупором міжнародного терору. Канал же наполягав на своєму гаслі: «думка і протилежна думка». Після подій 11 вересня, після транслювання відеозапису звернення глави «Аль-Каїди», «Аль-Джазіра» була звинувачена в допомозі терористам, в прославлянні, якійсь «романтизації» образа Усами бен Ладена як ідеолога світового терору.

У низці інших випадків мотиви різких висловлювань проти нього були зовсім інші: звинувачення в драматизації подій, емоційному маніпулюванні аудиторією. Наприклад, в період гострої фази арабо-ізраїльського конфлікту, в ефірі і на сайті телеканалу були показані фотографії з місць подій: великі плани загиблих, поранених дітей, хронологія атак - всі фотографії були великого формату, і ніяких часткових «прикриттів», необхідних за

загальноприйнятими етичними міркуваннями, на фотографіях не було. Крім того, найбільш «сильні» фотографії не знімалися з рубрик на офіційному сайті по кілька днів. Європейські практики висвітлення цих же подій були іншими: наприклад, на сайті «BBC Arabic» фотографії були менші за форматом, на них не були показані (або розмиті) особи загиблих, поранених дітей і т.д. Визначити, що саме превалювало в такому висвітленні трагедії, як завжди, складно. Очевидно, що емоційні ефекти, вироблені трансляціями на аудиторію, були дуже сильними. Цілком ймовірно, що саме ці аудиторні ефекти, а не якісь інші мотиви виступають визначальними у створенні, відборі та трансляції медіатекстів. Вибір визначається силою емоційного впливу і натуралізмом телевізійної картинки.

Етична складова такого медіатексту свідомо залишається за рамками редакційної вибору. Сам по собі цей прийом не представляє нічого нового для європейської журналістики і його ефективність давно і широко відомі, але в силу діючих і культурних норм в більшості ЗМІ жорстко регламентовані.

«Аль-Джазіра» використовує і інші традиційні, добре відомі прийоми створення емоційно забарвлених образів в своїх медіатекстах. Зміни вербальних акцентів і маркування понять виступає одним з таких: якщо у «Аль-Джазіри» «мученики», то в західних ЗМІ «терористи»; акт, що трактувався як «вторгнення» в американських і британських ЗМІ, став в лексиконі каналу «визвольною війною» або «війною проти Іраку» [1, с. 88].

Ідеологія «арабської весни» несла свої правила слововживання і вимоги до медіатекстів в цілому. Але для нас важливо інше, поступово зміна понять, оперування далеко не нейтральною термінологією стає настільки інтенсивним, що неможливо зрозуміти, чим обумовлена різниця в подачі матеріалу**:** відмінностями культурного плану або власне редакційною політикою.

Яскравим прикладом специфічного для арабського світу структурування медіатекстів є одна з провідних програм телеканалу «Аль-Джазіри м» - розмовне шоу, програма-діалог, «Протилежний напрямок», ведучим якої був Фейсал Аль-Кассім. Програма замислювалася саме як медіапровокація: була створена з метою потрясти і шокувати традиційне суспільство через обговорення питань, які були просто незвичні, або були в тій чи іншій мірі заборонені в аудиторіях арабських країн. До цього проекту «Аль-Джазіри» в прямому ефірі арабських медіа ніхто не намагався або не наважувався в такому масштабі питання про полігамію, про ставлення чоловіків, про права жінок. Вже самі теми заявлених дискусій виглядали як вербальні провокації: «Демократія і володіння зброєю масового ураження», «Права людини в арабському світі», «Дебати лібералів та ісламістів Єгипту», «Америка і демократія в арабському світі». Ці формулювання і специфічний контент - можливість почути протилежні традиційним думки, збирали велику аудиторію. Ефект посилювався широким використанням елементів інтерактиву: під час і після ефіру в аудиторії була можливість висловити свою думку (дзвінок в студію, пізніше - опитування на сайті).

Таким чином, редакційна політика і журналістські практики каналу виглядають дуже суперечливими. Їх медіатексти не містять послідовних ідеологічних чи культурних платформ об’днання. Очевидно, що є причини, які ці медіатексти породжують незалежно від редакційних настанов, які до того ж поки формулюються дуже загально і методологічно розпливчасто. Швидше за все, якийсь умовний панарабізм - це один з ефектів, що породжуються в деяких аудиторіях складною сукупністю специфічних порядків денних і формує медіатексти каналу, а не свідома політика з віртуалізації оформленої ідеології.

Література

1. Awad G. Aljazeera.net: Identity Choices and the Logic of the Media / G. Awad // The Al Jazeera Phenomenon Critical Perspectives on New Arab Media. - Pluto Press, 2005. – P. 80 - 89.

Мантешина Анастасія
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ГЛЯНСОВІЙ ПРЕСІ УКРАЇНИ

Глянсові журнали у сьогоденні стають невід'ємними путівниками життя сучасних людей в усьому світі, які залучають не лише жінок, але і чоловіків у світ гламуру. Однозначно, що український глянс, як і решта журналів пострадянського простору більшою мірою є наслідуванням зарубіжних аналогів, але все ж йому вдалося набути певних особливостей національного менталітету і вже сьогодні українські видання сильно відрізняються від свого першоджерела (Г.Данилова, Ю.Долгова [1; 2]). Оскільки глянсові журнали спрямовані на певну аудиторію, то аналізуючи контент видань, можна говорити й про специфічність рекламного наповнення. Як побутові товари, так і спеціалізована продукція знаходять своє відображення на шпальтах часописів серед рекламних матеріалів. Таким чином, реклама в глянсових ЗМІ стає зручним інструментом, який апелює до певного читача за інтересами, професійною діяльністю чи іншими характеристиками.

У своєму дослідженні К. Доценко пропонує таке визначення: «Глянсове видання – продукт масової культури, що має на меті спрямовану промоцію певних брендів і яке існує виключно ради цього завдання, бо всі гроші, вкладені в нього, – гроші рекламодавців. Власне рекламодавцями диктується й спільна спрямованість видання, його стратегія й тактика. Журнали за основними своїми характеристиками є високоякісними друкарськими виданнями, розрахованими на широку цільову аудиторію, в них вербалізація й візуалізація є рівноправними частинами, оскільки поєднання цих двох складових робить найсильніший вплив на читача. Глянс має гендерні відмінності й розрахований в основному на релаксацію людини, тому там повністю виключені серйозні теми. Видання аполітичні, у них створюється ілюзія багатства, щастя й вічного свята життя. Тому це класичний інструмент ідентифікації цільової аудиторії із соціальною успішністю, своєрідне маскування, яке необхідне для того, щоб підвищити свій соціальний статус в очах оточуючих, наркотик для непідготовленої аудиторії, особливо підліткового віку» [3, с. 228].

На сучасному етапі розвиту суспільства загалом, глянсове видання є продуктом масової культури, що має на меті спрямовану промоцію певних брендів, що існує виключно ради цього завдання, бо всі гроші, вкладені в нього, – гроші рекламодавців. Власне рекламодавцями диктується і спільна спрямованість видання, його стратегія й тактика. Глянс має гендерні відмінності й розрахований в основному на релаксацію людини, тому там повністю виключені серйозні теми. Видання в основному аполітичні, у них створюється ілюзія багатства, щастя й вічного свята життя. Тому це класичний інструмент ідентифікації цільової аудиторії із соціальною успішністю, своєрідне маскування, яке необхідне для того, щоб підвищити свій соціальний статус в очах оточуючих, наркотик для непідготовленої аудиторії, особливо підліткового віку.

В основу дослідження покладено глянсові видання України «Единственная» та «Натали» за 2015 р. Оскільки переважна більшість науковців схиляється до думки, що глянсові видання є на 100 % рекламним продуктом, то загальні тенденції сучасної реклами в них можна відзначити такі:

- високоякісна поліграфія дозволяє створювати ідеально привабливі рекламні сторінки, на яких можна побачити новинки одягу й взуття, парфумерії й аксесуарів, продуктів харчування й гігієни, ювелірних брендів [4];

- обкладинка бере на себе функцію флагмана реклами: на ній частенько представлена відома персона-ідол у модній індустрії, шоу-бизнесі або навіть політиці, тексти заголовків несуть у собі рекламно-інтригуючий момент, приваблюючи погляд і бажання придбати саме цей журнал;

- за допомогою візуалізації й вербалізації створюється й підтримується яскравий імідж тієї або іншої фірми або товару, що є продовженням комплексної рекламної кампанії – на ТБ, радіо, в пресі й у зовнішній рекламі;

- мало який журнал не використовує сувенірну рекламну продукцію: у нього обов'язково вкладається зразок-новинка парфумерної індустрії (крем, гель, вологі серветки, інколи навіть парфуми), продуктів харчування (пакетик кави або чаю), каталог відомої фірми і сувеніри (брелоки, ручки, календарики, стікери);

- у багатьох журналах пропонуються цілі блоки рекламних знижок у тому або іншому бутику чи супермаркеті;

- кожен журнал використовує хитрі маркетингові ходи, прагнучи утримати аудиторію, проводячи свою власну рекламну кампанію, заманюючи покупців, а частіше – передплатників, приєднатися до того або іншого конкурсу, обіцяючи значні подарунки: поїздку до екзотичної країни, ексклюзивні речі в дарунок, машину і навіть квартиру;

- матеріали, розміщені в журналі як інформаційні, теж, по суті, є рекламними, оскільки в них обов'язково згадуються модні тренди, назви відомих фірм, інші вказівки на продукцію, які не дозволяють засумніватися в тому, що все сплачено фірмою-виробником чи розповсюджувачем.

Література

1. Данилова Г. Красота по-… [Электронный ресурс] / Г. Данилова. – Режим доступа : b2blogger.com/research/download/?id=620

2. Долгова Ю. Глянцевый журнал как репрезентативное поле материального благополучия / Ю. Долгова // Четвертые Ковалевские чтения: материалы науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 12-13 ноября 2009 года / отв. ред. Ю.В. Асочаков. СПб.: СПбГУ, 2009. – С. 221-222

3. Доценко К. Глянсове видання: до питання дефініції й тенденцій існування в сьогоденні / К.Доценко // Журналістика в піарі та піар у журналістиці. Навчальний посібник. – К. : Грамота, 2010. – С.222 – 232.

4. Доценко К. О. Ювелірні бренди України: рекламна комунікація в глянсовій пресі / К. О. Доценко, Т.О. Іванець // Держава і регіони. – 2014. – № 1-2. – С. 188–192

Махинько Ольга
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.соц.ком., доц. Любченко Ю.В

РЕПОРТАЖНИЙ МЕТОД В ІНФОРМАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛАХ НА РАДІО

Одним з найцікавіших жанрів інформаційної журналістики, є репортаж. Адже саме цей жанр передає емоції журналіста, «настрій» події, що відбувається. Але на сьогодні репортажів у класичному розумінні на радіо зовсім мало. Швидше журналісти користуються репортажним методом, що дозволяє урізноманітнювати подачу інформації, робити її емоційнішою і ефективнішою. Тому ця тема є актуальною для сучасного радіомовлення і потребує дослідження.

Мета – з'ясувати трансформаційні процеси в сучасному радіорепортажі, що полягають у використанні репортажного методу при написанні інформаційних радіо матеріалів. Об'єкт дослідження – повідомлення випусків новин в ефірі радіостанції Радіо «Свобода». Предмет дослідження– використання репортажного методу в інформаційних радіоповідомленнях.

"Радіорепортаж – це динамічне, документально-достовірне і разом з тим художнє відображення об'єктивної, обмеженої у часі і просторі дійсності, створюване засобами сучасної радіотехніки та живого слова репортера, присутнього на місці події" [1].

Радіорепортажу притаманні специфічні властивості, а саме наявність звукової документальної картини події, яка дає можливість слухачеві вгамувати допитливість і повірити тому, що відбувається. Саме цим і цінний радіорепортаж. Тільки він передає «розповідь кореспондента», звукові картинки», «трансляції з поясненням». І найголовніше,

шо шумові ефекти та живі голоси створюють ефект присутності – притаманний лише цьому жанру інформаційного радіомовлення.

Але на сьогодні, жанр репортажу дещо змінився, і традиційну трансляцію з місця події, у випуску новин майже не почути. В той же час класичний репортаж, чи як ще його називають «живий», тобто з місця події, замінюють записані та змонтовані у студії матеріали. Зазвичай таким прийомом користуються регіональні радіостанції.

Також більшої популярності набуває так званий, репортажний метод. Він полягає не в доведені журналістом власної позиції, а в демонстрації реальності «в картинах самого життя» [4.] Тобто використовуються лише деякі елементи властиві репортажу. При цьому журналісти нехтують основним правилом – бути безпосереднім учасником події.

Можна зазначити, що трансформація жанру зумовлена появою комерційних інформаційно - музичних радіостанцій, які зрідка використовують розгорнуті жанри, а віддають перевагу стислій інформації. Також створення репортажу в класичному розумінні досить важкий процес, який потребує як професійних навичок, так і витрат чимало часу, чого інколи журналістам просто бракує. К. Новіков взагалі говорить про зникнення такого жанру як репортаж і повне перевтілення його у кореспонденцію. Інші ж дослідники запевняють, що репортаж просто перетворився у вихід в ефір з місця події та підсумковий репортаж. [3].

Наприклад у сюжеті радіо «Свободи» про звільнення журналістки Марії Варфоломієвої з полону бойовиків, використали репортажний метод. Це був звуковий матеріал, оброблений у студії і змонтований з текстом кореспондента. Таким чином, він на повну не передає справжній емоційний стан та настрій події.

Кор: «Перейти міст і ти вдома, а точніше на волі, бо дім все таки залишився в Окупованому Луганську.» «Цей обмін зірвався 26 лютого, тоді троє українських полонених повернулися додому без Марії….».

Далі чуємо коментар полоненої, який був зроблений з місця події, але вже змонтований.

Марія : « Господи… казалось что этого никогда не произойдет… я не верила что так будет.. я очень счастлива».

І на останок коментар від одного зі свідків події, знову без шумів, звуків. Складається враження, що коментар взяли вже через деякий час після події.

Яніна Смілянська: «Когда на сам мост приехали только представители ОБСЄ и СБУ , мы ждали на блок посту украинском, никаких задержек не было, все было быстро и слажено..».

Отже, радіомовлення не стоїть на місці, з часом відчуваються зміни в радіоефірі, та трансформацію жанрів. Переважно зміни відбуваються через нові потреби слухачів та інший ритм життя аудиторії. Але відмовлятися від репортажу не варто, адже його особливості мають безліч переваг. Так як основними ефектами радіорепортажу є достовірність, присутність автора і співпереживання, то цей жанр найкраще підходить для психологічного сприйняття аудіо матеріалів. Тільки цей жанр здатний відтворити емоції : радість, переживання, страх, хвилювання, тощо.

Література

1. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / В. Й Здоровега – 3-тє вид. – Львів : ПАІС, 2008. – 276 с.

3. Новиков.К. Радиорепортер и радиорепортаж в XXI веке / К.Новиков. – М. : ВК, 2006. – 88с.

4. Любченко Ю.В. Звук у радіо репортажі : проблеми використання. / Ю.В Любченко // Держава і регіони. Сер. Соціальні комунікації. – 2010. – № 3. – с. 41 – 45.

Миненко Юлія
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. н. соц. ком., ст.викл. Кондрико А. А.

ВИДАВНИЧА ПРОДУКЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ АГІТАЦІЇ

Кожна політична сила має свою програму та стратегічний план розвитку України, хоча пересічні громадяни рідко заглиблюються у суть цих документів. Байдужість електорату до реальних перспектив, що можуть відкритися після виборів, надає широкі можливості політичним технологам, імейджмейкерам та іншим фахівцям, які прагнуть будь-якою ціною здобути перемогу. Саме тому виборам завжди передує виважене планування, зокрема, і агітаційного періоду.

Передвиборна агітація – це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати «за» або «проти» певного суб'єкта виборчого процесу. Вона може здійснюватися в будь-яких формах і будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України [2]. Одним із найбільш важливих та впливових інструментів реалізації політичних кампаній є реклама, що дозволяє суб'єктам політичного процесу безкарно маніпулювати свідомістю електорату, є невід'ємною складовою політичного маркетингу, що активно використовується з метою впливу на думку громадськості. З іншого боку, успішна політична кампанія неможлива без професійно та вдало організованої агітації, засобом якої є розповсюдження видавничої продукції із символікою кандидата.

Метою нашого дослідження є визначення особливостей видавничої продукції як засобу політичної агітації.

Видавнича продукція – дієвий інструмент агітаційно-пропагандистської, політичної роботи. Розуміючи інформаційну й комунікаційну важливість та впливовість друків, політики, а точніше їх команди, часто використовують її для формування або зміни громадської думки, створення необхідних ініціатору інформаційних приводів.

Видавнича продукція як засіб агітації, на думку теоретика Ю. Бондаря, набула популярності фактично від винаходу друкарства, що пояснюється специфікою її сприйняття (дослідники стверджують, що людина близько 80 % інформації сприймає саме візуально). Так звані «лубки», а потім «летючі листки» були засобами комунікації й пропаганди політичних поглядів часів Реформації у Німеччині XVI століття. Плакатна продукція знайшла своє місце й у пізніші, спокійніші, часи суспільно-політичного та культурного поступу, увійшовши до практики акторів політики різних країн [1].

Під час політичного протистояння видавнича продукція використовується і для створення фальшивих інформаційних приводів, дезінформації споживачів контенту. Шляхом поширення недостовірної чи фрагментарно дібраної інформації політтехнологи намагаються соціалізувати реципієнтів у потрібному політичному руслі, нав'язати певну лінію виборчої поведінки. Поширеним явищем стало використання видань, на шпальтах яких друкується завідома неправдива інформація, найуживанішими з яких є газетні та листівки. Завдання підробок – дифамація та дискредитація, створення негативного образу політичних суперників, маніпулювання електоратом на ґрунті омани, спонукання виборців до тих чи інших політичних дій [3].

Різнопланова видавнича продукція часто утворює агітаційно-видавничі системи, де окремі види продукції доповнюють і продовжують агітаційний ряд, мають наскрізну логіку виконання, використання та поширення.

Під час політичного протистояння розробники та виробники видавничої продукції так само перебувають в умовах гострої конкуренції, що зумовлює підвищені вимоги до видавничої діяльності, сприяє вдосконаленню її форм і асортименту. Водночас недостатня увага до якості видавничої продукції під час виборів, недотримання видавничих стандартів негативно позначається на перебігу політичного суперництва [3].

Провідні політики використовують широкий спектр видавничої продукції, що охоплює як традиційні (газети, листівки, брошури та ін.), так і порівняно нові для політичної

практики в Україні варіанти (біл-борди, наліпки, книжкову продукцію тощо). Так, аналізуючи відповідну видавничу продукцію під час регіональних виборів 2015 року, ми дійшли висновку, що найбільш популярними і поширеними засобами агітації стали листівки (вірогідно, завдяки їх компактності) та буклети з біографією чи програмою кандидата. Плакати були менш розповсюдженим явищем через локальність їх поширення. Також можна виокремити основні особливості оформлення такої продукції: використання білого кольору та, контрастуючих з ним, червоного та синього; обов'язковим елементом дизайну є символіка організації чи партії, з якою пов'язаний кандидат; виділення за допомогою кольору чи зміни розміру шрифту; звернення до державних символів тощо.

Таким чином, можна зробити висновок, що застосування видавничої продукції є одним із засобів політичної реклами, основним завданням якого є агітація та вплив на потенційних виборців з метою встановлення непрямого зв'язку з електоратом, маніпулювання його підсвідомістю, що вимагає подальшого вивчення, враховуючи швидкоплинність політичних процесів в Україні.

Література

1. Бондар Ю. Дифамаційні видання як засіб політичної боротьби / Ю. Бондар // Наукові праці МАУП. – 2013. – № 3. – С. 22-29 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2013_3_5.
2. Закон України «Про вибори народних депутатів України» // Відомості Верховної Ради України. – 2012. – № 23 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4061–17.
3. Калинка Г. Маніпуляція суспільною свідомістю під час виборчої компанії / Г. Калинка // Психологічні науки: Збірник наукових праць. – Том 2. – Випуск 8. – С. 142–149.

Мирошниченко Олександра
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: д.філол.н, проф. Семенець О.О.

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ НОВИН У ГАЗЕТІ «СУББОТА ПЛЮС» ТА ЇЇ ІНТЕРНЕТ-ВЕРСІЇ

Новини в інтернет-виданнях, порівняно з повідомленнями у друкованих ЗМІ, мають ряд переваг та особливостей. В офлайновій пресі новина після прочитання стає непотрібною, вже не має такого впливу, втрачає сенсаційність. Натомість у мережі тексти не зникають, вони копіюються, зберігаються в електронних архівах, доступних будь-якому користувачеві.

Друковані ЗМІ сьогодні втрачають популярність та аудиторію, в той час як сайти новин стабільно посідають перші місця серед найбільш рейтингових інтернет-ресурсів. Тому дослідження особливостей подачі новин в онлайнових та друкованих ЗМІ видається актуальним.

Функціонування інформаційних жанрів у мережевих ЗМІ в порівнянні з традиційними досліджували І. Биков, О. Вартанова, М. Чабаненко, О. Калмиков та Л. Коханова, О. Васіна. Журналістикознавці приходять до загального висновку про передбачуваність і схожу структуру новин незалежно від засобів комунікації. Вони наголошують на важливих аспектах підготовки новинної інформації: новизна, близькість до споживача, оригінальність, значущість, популярність, баланс думок. Виклад будується за жорсткою технологічною схемою: сама дія, суб'єкт і об'єкт, місце і час, а також суттєві обставини. Для інформаційних повідомлень характерний так званий «телеграфний стиль» викладу, якому властиві стислість, простота, стриманість, гранична точність, безоціночність. Якісна новина не повинна повідомляти те, що вже відомо всім, або те, що сталося досить давно і вже стало предметом громадського обговорення [2].

Головні ознаки, що відрізняють інтернет-новини в мережевих ЗМІ від традиційних, – це інтерактивність і постійне оновлення. Часто повідомлення в мережі стає центром

кристалізації нової теми, автоматично породжуючи новий смисловий контекст. Наприклад, «стара» новина може бути вставлена в аналітичний огляд, який за допомогою гіпертекстових посилань зв'язується з іншими матеріалами. Це стирає будь-які жанрові межі в мережевих виданнях і є важливою особливістю інтернет-журналістики [3].

«Суббота плюс» – запорізька щотижнева інформаційно-аналітична газета. Видання використовує дві форми подачі новин: «м'яку» та «жорстку». Щоб досягнути підвищеної змістовності та насиченості, тексти, які подаються в «жорсткій» формі, розпочинаються з достовірного факту, потім за допомогою деталей формується подієва картина. Проте, у більшості новин журналісти звертаються до «м'якої» форми, активно застосовуючи елементи інфотейнменту: висвітлення факту з неочікуваних сторін, «несподівані» висновки, іронічні коментарі. Часто неповторний авторський стиль журналістів виявляється в поєднанні серйозності і розважальності, що виявляється вже в самих заголовках: «В Запорожье нового мера короновали под крики «Ганьба!» («Суббота плюс». – № 49. – 23.10.2015. – С. 12), «А сейчас Чебурашка скажет речь»: как выяснилось, новый мер говорит довольно складно» («Суббота плюс». – № 46. – 12.10.2015. – С. 4), «Запорожский мер в отпуске успевает раздавать команды своим замам и волонтерить на Донбассе» («Суббота плюс». – № 7. – 12.02.2015. – С. 3) [7, 8, 9].Використання різних форм подачі новинної інформації допомагає редакційному колективу «Субботы плюс» більш повно і яскраво відображати різні явища життя, робить видання актуальним та цікавим.

Сайт «z-city.com.ua» – модифікована інтернет-версія газети «Суббота плюс». Слідуючи розподілу інтернет-ЗМІ на три основні групи (оригінальні ЗМІ, клони та гібриди), можемо віднести сайт до третього виду, оскільки ресурс «z-city.com.ua» виходить у вигляді електронного варіанту друкованого видання, проте має власний режим роботи та формат.

Новинні замітки на сайті розташовуються в хронологічній послідовності із зазначенням часу появи інформації в мережі. Ресурс використовує рерайт новин. Джерелом повідомлень є інші сайти чи прес-релізи, надані прес-службами запорізьких відомств.

Новини ресурсу відповідають ряду вимог до такого роду повідомлень: своєчасність виходу (в онлайн-режимі), актуальність, значущість, емоційність (приваблюють інтерес громадськості). Проте недоліком можна вважати невідповідність деяких повідомлень критерію новизни (не несуть жодної нової інформації, натомість є набором скомпонованих за єдиною темою текстів). Наприклад, у новині «Запорожье уходит под воду: дороги превратились в ручьи, а горожане ломают кости на льду («z-city.com.ua». – 21.01.2016)» автор поєднав інформацію про погодні умови з прогнозом синоптиків та попередженням служб порятунку, таким чином, «виготовивши» замітку майже «з нічого» [6].

Особливістю подачі новин на сайті є елемент конфлікту, що виявляється вже у заголовках: «Запорожцы в соцсетях паникуют из-за неизвестных «взрывов» в районе Набережной» («z-city.com.ua». – 09.02.2016), «Запорожский губернатор прокомментировал конфликт в областной больнице» («z-city.com.ua». – 03.02.2016), «В Запорожье уволили скандального чиновника» («z-city.com.ua». – 04.02.2016) [1, 4, 5]. Крім того, заголовки мають спільні специфічні риси: вони не довше 10 слів, вміщаються в один екранний рядок. Слід зазначити, що «z-city.com.ua» застосовує в новинах декілька видів гіперпосилань: внутрішні, зовнішні, контекстуальні, тематичні. За їх допомогою редактори дають можливість читачам поглиблено розглянути тему, що їх цікавить.

Отже, подача новин у друкованих та інтернет-ЗМІ має ряд відмінностей, що виявляються в об'ємі та структурі повідомлень, формі викладу та заголовках. Спільними рисами новин є оперативність, оригінальність, значущість, близькість до споживача. Проте, основною причиною читаності газети та її інтернет-версії є яскраві політичні думки, вміння журналістів обрати найголовніше та нестандартно це подати.

Література
1. В Запорожье уволили скандального чиновника // «z-city.com.ua». – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://z-city.com.ua
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : Навчальний посібник / З. Вайшенберг ; За загал. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
3. Васіна О. В. Трансформація явища інтертекстуальності в Інтернет-новинах / О. В. Васіна // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – 2009. – Вип. 1. – № 874. – С. 14–19.
4. Запорожский губернатор прокомментировал конфликт в областной больнице // «z-city.com.ua». –Електронний ресурс. – Режим доступу : http://z-city.com.ua
5. Запорожцы в соцсетях паникуют из-за неизвестных «взрывов» в районе Набережной // «z-city.com.ua». – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://z-city.com.ua
6. Запорожье уходит под воду: дороги превратились в ручьи, а горожане ломают кости на льду // «z-city.com.ua». – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://z-city.com.ua
7. Сидоров С. А сейчас «Чебурашка скажет речь»: как выяснилось, новый мер говорит довольно складно / С. Сидоров // Суббота плюс. – № 46. – 12.10.2015. – С. 4.
8. Сидоров С. В Запорожье нового мера короновали под крики «Ганьба!» / С. Сидоров // Суббота плюс. – № 49. – 23.10.2015. – С. 12.
9. Сидоров С. Запорожский мер в отпуске успевает раздавать команды своим замам и волонтерить на Донбассе / С. Сидоров // Суббота плюс. – № 7. – 12.02.2015. – С. 3.

Мінаєва Світлана
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Іванець Т.О.

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ ДИТИНИ В СУЧАСНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

В сучасній вітчизняній та зарубіжній рекламної індустрії образ дитини займає чи не найголовнішу роль і є найпродаванішим. Подивіться, адже в ньому є найголовніші емоції: усмішки, сміх, радість, а найголовніше, все це щире, природнє. Рекламісти в сьогоденні нещадно експлуатують образ дитини в розмаїтих макетах, щоб реалізувати креативну ідею. Відомо, що типово чоловік продає в рекламі алкоголь і автомобілі, косметику і одяг. Хоча на сучасному етапі розвитку рекламної інженерії, всі ці товари з більшою охотою примушують продавати жінок, що взагалі стали таким собі матеріальним носієм рекламних ідей. А діти сьогодні включені до самого епіцентру креативу і актуальної проблематики, адже вони продають майже все – від памперсів до навіть політичних ідей.

Сьогодні важко окреслити конкретні межі образу дітей у рекламі. У рекламних роликах ми спостерігаємо весь життєвий цикл становлення і зростання дитини. Реклама на сьогодні є свого роду інструкцією із виховання дітей, пропонуючи товари та послуги від А до Я, отже діти найбільш причетні до створення соціальної міфології в рекламному дискурсі [2].

Виробники успішно розвиваються, продаючи товари для новонароджених. Запитайте ваших батьків, чи знали вони хоч про половині рекламованих нині товарів, виховуючи вас. «Навіть не підозрювали», – почуємо у відповідь. А точніше, такого розмаїття товарів просто не було. Наприклад, Pampers – одна з найуспішніших рекламних кампаній з використанням дитячих образів. Усміхнений, радісний, активний, допитливий – ось яким хоче бачити мама свого малюка. Будь ласка, ваш малюк буде таким з ранку до вечора, якщо ви купите йому наші підгузки. Що ще може хвилювати турботливу маму, як не власна дитина. Таким чином, показ малюка в рекламі – це стовідсоткове попадання в цільову аудиторію – раз, і приголомшливе вплив на материнський інстинкт – два.

Крім дитячої продукції образ немовляти використовується і в рекламі послуг для дорослого населення, навіть у політичних баталіях, що не завжди є етичним. Образ дитини-підлітка менш популярний, ніж образ новонародженого і школяра. Швидше за все, причина в тому, що підлітковий період – це вік невизначеності, коли хочеться швидше вирости, стати

більш самостійним, більш незалежним. Таким чином, реклама, спрямована на підлітків, в більшості випадків виключає показ самих підлітків в сюжеті фото- або відеоряду, замінюючи їх персонажами з красивого життя в шикарних апартаментах і з кишеньковою собачкою.

Останнім часом образи дітей є дуже популярними в сфері соціальної реклами. Насильство, сирітство, зв'язок поколінь, здоров'я – до цих і багатьох інших соціальних проблем звертає нашу увагу реклама. Для реалізації актуальної проблеми в рекламі сьогодні популярним є креативний хід, коли дитина грає роль дорослого. Наприклад, у рекламі «Ні палінню!» діти говорять про те, чому вони почали курити, хто прищепив їм цю звичку. Діти дають різні «версії», чому вони не можуть покінчити зі шкідливою звичкою. Ідея показати, що дорослі слабкіше дітей, бо, будучи такими, що відбулися громадянами, вони не в змозі впоратися з самими собою. Батьки часом, в силу власної аморальності і несерйозності, подають згубний приклад своїй дитині: смітити на вулицях, ґвалтувати тварин, ображати перехожих, тут в соціальній рекламі також саме дитина є визначальним фактором і подає приклад правильності поведінки.

З іншого боку, образ дитини є дуже привабливим і для людей похилого віку, які набагато стійкіші до рекламних прийомів, не реагують на прості заклики купити купон на знижку або брати участь у розпродажі, де нібито все за копійки. дитячий образ є найбільшою цінністю з усіх прийомів впливу на зрілу аудиторію. У «колишніх дітей», адже всі покоління не відрізняються між собою, завжди є фундаментальна загальна пам'ять, незалежно від ментальності і політичного ладу. Діти сприймаються більшістю психічно нормальних людей як беззахисні, приємні і симпатичні істоти, що викликають позитивні емоції. «Теплота відчуттів», яку аудиторія відчуває під час перегляду талановитого рекламного ролика за участю дитини, поступово перетворюється в лояльність до бренду. Ідеальний варіант для рекламодавця – коли дитячий образ поєднується з креативністю задуму і вдалим кастингом [1]. Відомо, що ролики за участю малюків часто знімаються в режимі імпровізації, а переграти дво- або трирічного актора, якщо він органічний – неможливо за визначенням. Навіть якщо товар зовсім не досконалий, однак, рекламні образи дітей завжди були, є і будуть найефективнішими і просто емоційно позитивними.

Отже, у рекламній продукції дуже часто використовуються образи дітей, які, на думку практиків, сприяють залученню уваги до змісту рекламного повідомлення, полегшують його запам'ятовування, підвищують довіру до нього. Образи дітей впливають на вибір покупцем рекламованого товару серед ряду продуктів однієї товарної категорії. Дитячий образ містить у собі безумовний характер впливу на суспільну свідомість. Тому, найпильнішої уваги дослідників заслуговує реклама, яка використовує образ дитини: він викликає жвавий інтерес, емоційно забарвлену реакцію не тільки у дітей, а й у дорослих. Дитячий образ займає значне місце в роботі замовників, виконавців реклами і рекламодавців.

Література

1. Донцов Д. А. Детский образ как фактор рекламного воздействия : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13 / Д. А. Донцов. – М., 2001. – 160 с.
2. Доценко К. О. Роль соціальної міфотворчості під час створення дитячих брендів на ринку молочної продукції України / К. О. Доценко // Журналістика. Філологія. Медіаосвіта : збірник наукових праць. – Полтава, 2014. – С. 44-47.

Панасенко Дар'я
студентка 2 курсу магістратури, фак-ту журналістики
Наук.кер.: к.філол.н., доц. Плеханова Т.М.

РОЗВАЖАЛЬНІ ШОУ НА ТБ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ

На сучасному етапі функціонування мас-медійного простору, розважальний контент заполонив телевізійний ефір. Інтерес глядацької аудиторії до розважальних програм постійно зростає і вони отримують надзвичайно високі рейтинги. Такі проекти можна вважати актуальними, до того ж вони відповідають суспільним потребам населення та впливають на формування суспільної свідомості. Для того, аби не втратити цікавість глядача, відбувається

постійне вдосконалення програмного наповнення телеканалів та зростання кількості схожих за типологічними ознаками проектів. Сьогодні всі програми на телебаченні (не важливо чи то політичні, чи то інформаційні), намагаються залучати розважальні елементи до своїх сценаріїв. Відбувається конвергенція різних телевізійних проектів. Такого типу програми внесли зміни у ефірне насичення телеканалів, урізноманітнили різновікову глядацьку аудиторію за уподобаннями та інтересами, вплинули на щільність сітки мовлення, що посилило науковий інтерес до дослідження цієї теми.

Об'єктом нашого дослідження є розважальні проекти на українському телевізійному просторі та їх вплив на українського глядача.

Оскільки поняття «проект» здебільшого розглядається у сфері управління чи технічній сфері, і як такого визначення «розважальний проект» у сфері телебачення немає, ми будемо як синонім використовувати термін «розважальна програма»/«розважальна передача».

Телепередача – це цілісний відеоряд, що створений з певною метою і транслюється по телебаченню [2, 13].

Поняття «розважальна телепередача» є похідним визначенням від слів «розвага», «гра», «видовище». Таке тлумачення доводить, що у підґрунті створення продукту в першу чергу закладена гра, отже програми такого формату мають бути видовищними та захоплюючими [4, 23]. Якщо з'ясувати етимологію базового терміну, то сучасний словник української мови подає два варіанти визначення лексеми «розвага»:

1. Те, що розвеселяє, розважає людину.
2. Те, що заспокоює, втішає кого-небудь у горі, в нещасті тощо; втіха [7].

Для правильного та достовірного витлумачення поняття «розважальне шоу» необхідно дати визначення терміну «видовище», а також прослідкувати яке відношення воно має до розважальної програми.

Дослідники зазначають, що видовище – це спеціально організована у часі та просторі публічна демонстрація соціально значущої поведінки, де виконавці демонструють свою або чужу поведінку, а глядачі сприймають її та дають оцінку. Цей акт відбувається у заздалегідь визначений проміжок часу та в спеціально організованій студії.

Декілька років тому більшість українських телекритиків відстоювали думку, що українське телебачення має удоскональватися за певними параметрами та стандартами. Перший з них – це закупівля якісних форматів, другий – розробка власних. На сьогоднішній день критики вже впевнено стверджують, що перший параметр реалізовано, а другий – у стадії вдосконалення та подальшого розвитку.

Спостерігається така тенденція: щороку з'являються нові телевізійні формати, з метою привернення уваги та підкорення українського телеглядача. Але яку ці проекти мають ефективність і яке ставлення у пересічного глядача – питання не досліджене. Практика дослідників українського телебачення показує, що український глядач активно спостерігає за шоу з телевізора та має до цього інтерес.

Ми ж маємо припущення, що сучасний глядач вже перенаситився таким інформаційним продуктом та прагне чогось нового, чого на жаль українське телебачення дати йому не може. Щороку на загальнонаціональних каналах транслюють одні й ті ж самі розважальні шоу з приміткою -2, -3, -4 і так далі, до яких глядач звик, та які вже встигли йому набриднути.

Отже, можна зробити висновок, що сьогодні основним завданням телебачення в свідомості людей є розвага. Ефіри заполонили розважальні телепрограми і наразі, статистика зазначає, що кожен другий українець спостерігає за розвитком хоча б одного розважального проекту.

Література

1. Вартанов, А. Актуальные проблемы телевизионного творчества: на телевизионных подмостках [Текст] / А. Вартанов. – М., 2003. – 114 с.

2. Гоян, В. Типові та жанрові особливості телепрограми [Текст]: навч. посіб. / В. Гоян. – К., 2001. – 52 с.
3. Зирін, О. Телебачення видовищ в Україні: реалії сучасного стану [Текст] / О. Зирін . – К., 2003. – Вип. 4. – С. 126-132.
4. Мащенко, І. Українське телебачення: штрихи до портрета [Текст] / І. Мащенко. – К. : Ай-Пі-Київ, 1995. – 294 с.
5. Юсипович, А. Типи програм розважального телебачення України [Електронний ресурс] / А. Юсипович. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2122.
6. З історії українського телебачення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=86641&cat_id=33898.
7. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sum.in.ua/s/rozvagha.

Сєчіна Каріна,
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер. к. філол. наук, доц. Пирогова К. М.

НОВАТОРСЬКІ ІДЕЇ В СПОРТИВНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ «УКРАЇНА»)

Сучасний український телевізійний простір забезпечує глядачам чимало програм різного тематичного спрямування. Низка розважальних шоу, політичних програм, соціальних проектів. Спортивна тематика представлена телеканалами Футбол1, Футбол2, Спорт1, Спорт2, а також неспеціалізованими каналами «2+2» та «Україна», які транслюють ігри та створюють проекти, присвячені спорту. Для того, щоб аналізувати цю тему, необхідно розуміти, що ж означає термін «спортивна журналістика».

Є. Прохоров зазначив: «Спортивна журналістика – це соціально-значуща діяльність зі збору, обробки та поширення актуальної спортивної інформації через канали масової комунікації (преса, радіо, телебачення, інтернет), що ґрунтується на спеціальному предметі розгляду та аудиторії. Крім того, це і сукупність всіх продуктів діяльності спортивного журналіста, предмет вивчення і викладання [4, с. 72].

На сьогодні українська спортивна журналістика перебуває на стадії розвитку. Оскільки в Україні транслюють міжнародні спортивні телеканали та програми, то власний продукт повинен бути конкурентоспроможним та цікавим для телеглядача. Це мають бути не лише прямі трансляції, але й режисерські проекти, присвячені спорту.

Окрім конкурентів, для спортивних ЗМІ в Україні актуальною залишається проблема фінансування. Багато сучасних українських видань живуть на кошти меценатів та не приносять бажаного прибутку. Проте, незважаючи на будь-які перешкоди, сучасні технології дозволяють створювати нові проекти для телебачення. Будь-який такий продукт обов’язково починається з етапу створення режисерського сценарію.

Режисерський сценарій – це розробка екранної інтерпретації літературного сценарію режисером-постановником, всі сцени в якому зазвичай пронумеровані. Це літературний сценарій, повністю підготовлений до зйомки. В останньому полягає важлива суттєва особливість, що відрізняє режисерський сценарій від сценарію літературного, який, у свою чергу, є першоджерелом екранного видовища [2, с. 54].

За словами В. Мирославського, основу режисерського сценарію пише режисер-постановник, а потім за результатами обговорення з основним творчим складом знімальної групи вносить до режисерського сценарію необхідні зміни і доповнення. Після схвалення режисерського сценарію художньою радою або затвердження його генеральним продюсером кіностудії зазвичай забороняється вносити до нього без особливого дозволу будь-які поправки і доповнення [3, с. 251].

Цікавим проектом, навіть промо-кампанією стала «Гра#1», яку було створено в 2015 році для ефіру телеканалу «Україна». Прес-служба каналу повідомляла про те, що проект було присвячено трансляціям футбольних матчів на телеканалі «Україна».

Промо-кампанія складалась з шести відеороликів за участю українських зірок футболу. У роликах представлені гравці збірної України та команди «Шахтар» Олександр Кучер, Андрій Пятов, В'ячеслав Шевчук, Даріо Срна, Тарас Степаненко та Алекс Тейшейра.

«Кожен відеоролик являє собою емоційну історію футболіста, життя спортсмена, як воно є, без прикрас, коли в кожній хвилині є привід для посмішки чи смутку. Ми намагалися показати, що в цій грі немає місця агресії, тут є місце темпераменту, азарту, щирості і доброзичливості - тим рисам, якими славляться українці», - пояснює начальник відділу ефірного промо каналу «Україна» Світлана Бережна [1].

Концепція ефірної промо-кампанії «Гра#1» розроблена креативною командою телеканалу «Україна» під керівництвом начальника відділу ефірного промо Світлани Бережної та креативного директора Романа Шоми. Ідея роликів була реалізована продакшен-компанією Essehouse, режисер проекту - Максим Сметана.

Над промо-кампанією працювали й директор зі стратегічного маркетингу «Медіа Групи Україна» Ольга Захарова, копірайтер Денис Золотарьов, виконавчий продюсер Катерина Скринська, режисер монтажу Денис Сахарук, оператор Дмитро Юриков [1].

Як бачимо, цей проект – результат роботи цілої команди. Кожен із шести відеороликів триває по 45 секунд, але навіть за цей час можна встигнути зрозуміти глибину телевізійного продукту, адже кадри майстерно підібрано та змонтовано так, аби глядач міг поринути в атмосферу роботи цих футболістів.

«Гра#1» – проект нетиповий для українського телебачення, адже його можна навіть назвати акцією, що популяризує не просто гру, але й футболістів, які чимало зробили для українського футболу. Слід зазначити, що телеканал «Україна» невпинно працює із спортивною тематикою. Він є офіційний транслятор Ліги чемпіонів і Ліги Європи УЄФА 2015-2018 років, а також кваліфікаційних матчів «Євро-2016».

Література

1. Канал «Україна» запустив ефірну промо-кампанію «Гра#1» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/rinok/2015-09-22/111456
2. Маршак М. И. Сценарное мастерство кинолюбителя / М. И. Маршак. – М. : Сов. Россия, 1975. – 128 с.
3. Мирославський В. Н. Кінословник: Терміни, визначення, жаргонізми / В. Н. Мирославський. – Харків: Харківський державний університет, 2007. – 328 с.
4. Прохоров Е.П. Современная советская публіцистика / Е. П. Прохоров. –М. : Изд-во Московского ун-та, 1965. – 107 с.

Василенко Катерина
магістрантка фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Усманова О.В.

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку людства інформація займає провідне місце в суспільстві. Журналістика, будучи видом творчості, покликана задовольняти інформаційні потреби і запити суспільства, наповнювати інформаційний простір якісними та об’єктивними повідомленнями.

Журналістська діяльність передбачає залучення різнопланових джерел інформації у процесі створення масовоінформаційного продукту. Запорука вдалого журналістського матеріалу – актуальні та цікаві відомості, для отримання яких необхідно мати навички роботи з різними джерелами, уміти шукати та збирати ґрунтовний фактаж. Загалом, можна виділити такі основні джерела інформації: документ, людина, предметно-речове середовище.

Професійний журналіст зобов'язаний перевіряти отриману інформацію у декількох джерелах, найкращий варіант – у трьох незалежних одне від одного. Намагаючись створити сенсацію або подати матеріал оперативно, журналісти часто ігнорують це правило, що призводить до численних помилок. Збирання інформації є одним із неодмінних етапів роботи журналіста. Проте отримавши її, варто замислитися, хто може бути її творцем або споживачем, які цілі вони переслідують, до яких наслідків може призвести її використання та поширення.

Кожен «журналіст має власні джерела інформації, перелік яких необхідно постійно розширювати. Не можна з упевненістю розраховувати на те, що саме це джерело надійне, адже помилок може припуститись будь-хто» [4, с. 98]. Журналістські матеріали часто не зацікавлюють читача саме тому, що не мають ексклюзивних або, навпаки, загальновідомих даних. «Журналісти часом не вміють правильно шукати та презентувати відомості, які знаходяться на поверхні, але є досить важливими для матеріалу» [2, с. 112].

Сьогодні роль інформаційних джерел у професійній діяльності журналіста важко переоцінити. Відповідно, дослідження особливостей використання їх типів викликано потребою часу та рівнем розвитку української журналістики загалом.

Метою статті є дослідження основних джерел журналістської інформації та способів роботи з ними.

Основні джерела журналістської інформації та методи їх використання досліджували такі вчені-журналістикознавці: В. Ворошилов, В. Здоровега, М. Кім, Г. Лазутіна, І. Михайлин, О. Тертичний, М. Чабаненко та ін.

Перш ніж розпочати роботу над будь-яким матеріалом для ЗМІ, журналіст зобов'язаний поцікавитися про наявність спеціалізованих документів і джерел до теми. Ознайомлення з ними складає початковий етап осмислення проблеми у багатьох випадках. Під документом розуміємо певний матеріальний носій, що фіксує, передає інформацію, підтверджує її достовірність, об'єктивність та має відповідно до чинного законодавства юридичну силу.

У сучасному науковому дискурсі акцент ставиться лише на вузькому значенні: «говорячи про значення документа для журналістики, часто мають на увазі саме вузький зміст», – зазначає Г. Лазутіна. «Діловий папір» – лише один з багатьох різновидів документальних джерел інформації, що потрапляють у сферу журналістської уваги відповідно до мети діяльності» [4, с. 155], – зауважує дослідниця. Робота з документами вимагає від журналіста навичок та знань: високої грамотності, знання про типи документів, їх класифікації та ін.

Людина є важливим джерелом інформації тому, що від неї журналіст зможе зібрати найбільшу кількість інформації для матеріалу. «Людина – це свідок подій і змін у навколишньому світі або його учасник. Вона виступає найзмістовнішим носієм інформації про навколишній світ, а також про себе, про свій внутрішній світ, слугує розповсюджувачем інформації, отриманої від інших людей. З точки зору журналіста, людина є дуже особливим джерелом інформації, адже на відміну від документальних і предметно-речових джерел, людина може бути неочікуваною, може розкритися або не розкритися, може сказати правду або неправду тощо» [4, с. 163]. Тому журналіст повинен враховувати тонкощі людської психіки, щоб не образити її і, водночас, дістати потрібну, достовірну інформацію.

Предметно-речове середовище – все те, що нас оточує, адже предмети та речі можуть розповісти про події, іноді, не менше, ніж людина. Саме тому для журналіста важливо виробити вміння бачити (сприймати, читати) навколишній світ.

Спірним є питання про те, що джерелом інформації для журналіста є Інтернет, як перспективне і неосяжне джерело будь-якої інформації. Серед його переваг є те, що він діє як недорогий, потужний механізм, який може допомогти будь-якій людині у пошуку необхідної інформації. Реальну кількість інформації, яка міститься в мережі Інтернет, для журналіста, важко оцінити. Та крім цього, він може допомогти у зв'язку між журналістами і ЗМІ в Україні та в світі, є носієм вже обробленої інформації в електронних Інтернет-

виданнях. Проте в Інтернеті не завжди можна знайти інформацію яка відповідає дійсності. Тому використовуючи це джерело, журналіст має переконатися в правдивості того чи іншого повідомлення. Сьогодні довіра до Інтернету поступово згасає, оскільки фейкової інформації в мережі занадто багато, а користувачі не мають ні часу, ні бажання фільтрувати її. Медіаконсультант Маркус Райтер з розчаруванням коментує: «… надія на те, що буцімто сама вже какофонія інтернету робить суспільство демократичнішим, а журналістику – автоматично кращою, виявилась алюзією» [1, с. 41].

Підсумовуючи, варто зауважити, що працюючи над матеріалом, необхідно користуватися декількома джерелами інформації. Як відомо, головним джерелом інформації є людина, поруч з яким неабияку роль відіграють документ, предметно-речове середовище. Вміння вправно ними користуватися у професійній діяльності допоможуть журналісту представити достовірні та об'єктивні повідомлення.

Література

1. Вольф Шнайдер, Пауль-Йозеф Рауе. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. – 358 с.
2. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості. Підручник / В.Й. Здоровега. – 1-е вид. – Львів : ПАІС, 2008. – 270 с.
3. Ким М.Н. Жанры современной журналистики / М.Н. Ким. – СПб. : Издательство Михайлова В.А., 2004. – 336 с.
4. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. – М. : Аспект Прес, 2000. – 240 с.

Дерев'янко Аліна
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Пирогова К. М.

ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ РАДІОІНТЕРВ'Ю НА ПРИКЛАДІ ПЕРЕДАЧІ «МАЙСТЕР-КЛАС» НА СТАНЦІЇ «ЗАПОРІЖЖЯ-FM»

Радіоінтерв'ю – комунікативний акт між інтерв'юйованим, журналістом і слухачем для отримання актуальної, цікавої інформації від компетентної, знаючої людини. Метою інтерв'ю є не тільки виявлення точки зору співрозмовника з обговорюваного питання, а й розповідь безпосередньо про співрозмовника, створення його психологічного портрету.

Суть цього жанру – чергування запитань і відповідей, які являють собою єдине смислове та емоційне ціле, об'єднуються однією темою. [2] Жанр радіоінтерв'ю досліджували такі науковці як В. Лизанчук, В. Смирнов, О. Шерель та інші.

Радіоінтерв'ю має деякі відмінні від газетного чи телеінтерв'ю властивості. Журналісту треба вести бесіду, дотримуючись суті та теми, уникати фонового шуму, а також слідкувати, щоб гості студії під час дискусії не перебивали та не заважали один одному.

Інтерв'ю належить як до групи інформаційних жанрів, що представляють суспільний інтерес відповіді конкретної особи (групи осіб) на запитання журналіста, так і до аналітичних – портерне чи проблемне інтерв'ю. Інформаційним інтерв'ю вважається тільки в тому випадку, коли журналіст за мету ставить лише повідомлення інформації, отриманої від інтерв'юйованої особи, не намагаючись її коментувати. Особливість радіоінтерв'ю в тому, що відповіді на питання, поставлені радіожурналістом, одночасно з журналістом отримують і слухачі та вони стають учасниками розмови з контактною особою. Радіожурналісту необхідно вміти поєднутвати в ефірі творче і технічне: журналістську майстерність і знання,пов'язані з технічним забезпеченням та процесом радіостанції.

В запорізькому радіопросторі жанр радіоінтерв'ю представлений на хвилі радіо «Запоріжжя-FM». Зокрема, передача «Майстер-клас» надає інформацію про перспективи розвитку професійної освіти, формування безпечних навичок користування комп'ютерними технологіями, висвітлення питань соціального та правого захисту дітей, популяризація

сімейних форм виховання дітей-сиріт, рекомендації з правових питань. Враховуючи такий контент, можемо стверджувати, що тип програми науково-просвітницький. Під час прямого ефіру у «Майстер-класі» ведучі Поліна Снєжина та Олександр Пашненко ведуть 20-хвилинну бесіду з запрошеним гостем. Переважно обговорюють питання у сфері – економіка, податки, волонтерство, релігія, спорт, психологія, тематичні святкові випуски та інші.

Роль радіоведучого у ефірі – скоординувати розмову гостей та слідкувати за дотриманням логічної та смислової її побудови. За умов, коли ведучих двоє, а до студії завжди запрошується один гість, як у передачі «Майстер-клас», пріоритетності мови гостя дотримуватися важче. Також ведучим важко підлаштуватися під розлогість тем, адже передача не має певного кола тематики. У в зв'язку з цим під час розмови можна помітити помилки у володінні фактичними даними та неточності у поставлених гостю запитаннях. Важливу роль для іміджу передачі також має правильна побудова мовлення відповідно до норм української мови. Поліна та Олександр намагаються вести передачу суто українською мовою, але у їх мовленні трапляються орфоепічні та лексичні помилки, особливо під час розмови з російськомовним гостем.

Передача «Майстер-клас» - яскравий приклад жанру інтерв'ю у прямому ефірі на регіональній станції з запрошеними гостями-місцевими експертами.

Література

1. http://zodtrk.zp.ua/radio_z_fm_on_line.html
2. Князєв А.А. Енциклопедичний словник ЗМІ / А. А. Князев. – Бішкек. : КРСУ, 2002. – 164с.
3. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування / В. В. Лизанчук. – К.: Знання, 2006. – 628 с.

Бойко Владислав
студент 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Горбенко І. Ф.

ВІДЕОБЛОГИ ЯК ЗАСІБ ПРОМОЦІЇ КНИЖКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Головне завдання книги – це зберігати та поширювати знання. В останні роки на нашому просторі відбувається спад читання серед населення. Це пов'язано в основному з розвитком техніки, яка використовується для розваг та відсутністю належного виховання.

Промоція книжкової продукції – це сукупність дій і засобів, за допомогою яких видавництво, фірма чи ярмарок передають інформацію про свій товар на ринок друкованої продукції, вивчають потреби споживачів, провокують їх до закупівлі і скеровують попит на товар. Промоція повинна скорочувати дистанцію між товаром, який пропонують, і потенціальним споживачем, давати повну інформацію про переваги представленого товару, можливості його використання, місце закупівлі, ціну, переваги в зрівнянні з іншою схожою продукцією, тобто конкурентними фірмами чи видавництвами [3, с. 293].

Темою дослідження промоції книги, менеджменту та промоції у видавничій справі були присвячені праці Н. Зелінської, Н. Ерашвілі, А. Кокотюхи, В. Теремка, М. Тимошика, І. Копистинської, М. Каменської, А. Судина, та інших, але ґрунтовного дослідження явища блогерства та відеоблогерства, як способу промоції видавничої продукції, не подано, у цьому й полягає актуальність дослідження.

Аналіз теоретичних джерел вказує на те, що існує наукова необхідність у дослідженні даного аспекту.

Метою статті є дослідження відеоблогу як нового способу промоції книжкової продукції.

Об'єктом дослідження є відеоблог «ThebookofEibon» як форма популяризації книжкових видань в Інтернеті.

Сучасні форми книжкової промоції швидко поширюються та розвиваються у країнах Європи.Блоги – це веб-сайти, основним змістом яких є регулярне дописування зображень чи мультимедіа. Основний зміст відеоблогу – це відофайли, що вставлені у спеціальний

програвач. Якщо правильно записувати(вести) ці файли, то можна якісно популяризувати друковану продукцію через Інтернет.

Визначення, типологія, основні характеристики блогів відрізняються своїм різночитанням. Основними на сьогодні виділяють такі типи блогів: фотоблог, відеоблог, аудіоблог, моноблог. За тематичним критерієм розрізняють такі блоги, які присвячені: шкільному життю, університетському життю, інтеграційним питанням, культурним подіям, обговоренню літературних творів, питанням освіти, навчання, молодіжній моді, дослідницькій роботі, подорожам та враженням від них, спортивним подіям.

TheBookofEibon – сучасний аматорський український відеоблог, який використовує інтернет-платформу youtube, а саме відеоблог для популяризації книг, письменників та пропаганди друкованої продукції та діяльності письменників в Інтернеті.

Результати дослідження теоретичних джерел та відеоблогу TheBookofEibon дають підстави стверджувати, що інтернет-промоція на сьогодні в українсько-видавничому просторі є більш дієвим методом. Оскільки, саме цей спосіб поєднує у собі кілька промоційних напрямів: інтерв'ю, спілкування з автором книги, презентація книги, майстер клас письменника, презентація інших видів мистецтва (театр).

Дослідження промоційної специфіки відеоблогу TheBookofEibon, дають підстави зробити такі висновки:

1. Відеоблог TheBookofEibon є потужним засобом промоційної діяльності друкованої продукції.

2. Оскільки відеоблог є відносно новим засобом комунікації не тільки в Україні, але і в інших країнах він потребує структурного удосконалення, наповнення і переорієнтації тематичних рубрик.

3. Аналізований відеоблог відповідає вимогам способу комунікації і може бути прикладом для вітчизняних письменників і авторів.

Під час дослідження блогосфери було виявлено ряд проблем. Проблематика полягає в тому, що блог, блогінг, відеоблог – відносно нові і не досліджені поняття на тернах українського наукознавства.

Отже, блогосфера у видавничому просторі – це комунікація, яка включає в себе: рекламу, зв'язок, популяризацію, інформування, швидкість та доступність.

Література

1. Артомонова І. Блог у системі соціальних комунікацій / І. Артомонова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2010. – № 8. – С. 44 – 49.

2. Волосенко І. Жанрові особливості молодіжних інтернет-щоденників [Електронний ресурс] / І. Волосенко. – Режим доступу :http://www.philology.kiev.ua/library/zagal/Studia_Linguistica_6_1/054_057.pdf

3. Кожанова В. Ю. Специфика существования жанров в блогосфере / В. Ю. Кожанова // Дискурс современных мас-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. – 2014. –№ 6. – С. 291-296.

4. Падалко В. Шляхи популяризації української книги – які вони ? / В. Падалко // Книжковий огляд. – 2002. – № 1-2. – С. 28–30.

Коваль Анастасія
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Абрамова І.Г.

КОНЦЕПЦІЯ МОЛОДІЖНОГО ЖУРНАЛУ І ПОЗИЦІЯ РЕДАКЦІЇ

На відміну від інших медіа, зокрема телепрограм та мережевих сторінок, метою яких є залучення якомога ширшої аудиторії та підвищення власних рейтингів, журнальні видання, попри сильні прагнення видавців збільшити кількість покупців, із самого початку створення мають певну, зазвичай не чітко окреслену, читацьку аудиторію.

Читацька аудиторія молодіжних журнальних видань є основним предметом розроблення концепції новоствореного видавничого продукту. Саме покупець є

визначальною характеристикою як самого видання, так і матеріалів, розміщених у ньому. Для масових молодіжних журналів ситуація ускладнюється тим, що потенційна аудиторія є широкою, а отже, складно спрогнозувати її інтереси та смаки. Вважаємо, що при роботі із масовими молодіжними журналами доцільно говорити як про концепцію видання, так і про позицію редакції до матеріалів.

Концепція молодіжного журнального видання є широким поняттям, яке охоплює мету створення продукту та кілька характеристик потенційної аудиторії. У зв'язку з тим, що цілі різних редакцій можуть бути подібними, наприклад, для жіночої періодики – це теми зовнішності та відносин, доречно припустити, що диференціація журналів за їхніми редакційними описами, у яких і подаються концепції, є суб'єктивною [3, с. 37].

Для редакцій українських сучасних молодіжних журнальних видань характерна позиція вихователя, наставника, поводиря. Як правило, читацька аудиторія масових молодіжних журналів – це реципієнти жіночої статі, які прагнуть задовольнити свої інформаційні потреби шляхом ознайомлення із матеріалами періодичних видань. Натомість, читачі стикаються із тим, що автори матеріалів, а отже, й редакція, не лише задовольняють потреби в інформації, але й проводять своєрідні виховні та настановчі заходи. Зокрема, редакції відверто нав'язують реципієнтам власне бачення ситуації, суб'єктивні характеристики, пов'язані зі смаками автора або редактора. Необхідно підкреслити, що тут маємо на увазі не концепцію журналу (так, для елітарних журналів вираження думки редакції є обов'язковим), а позицію редакції, що є негативним явищем. Позиція редакції до матеріалів мусить виходити із концепції журнального видання, проте склад самої редакції може змінюватися, звідси – різні пояснення тим чи іншим явищам, суперечливі оцінки поданим матеріалам. З огляду на це, аналіз позиції редакції до матеріалів є важливим як для дослідників періодики, так і для випускаючих редакторів. Зокрема, перед головним редактором молодіжного журнального видання регулярно постає проблема ідентифікації матеріалів та їхньої стилістичної обробки відповідно до концепції і тематики журналу. Позиція редакції є невід'ємною складовою образу журналу, вона досягається використанням мовно-стилістичних та мовно-психологічних засобів, застосуванням лінгвістичних конструкцій[1,с. 285].

Підсумовуючи вище сказане, зауважимо, що читацька аудиторія журнальних видань є надзвичайно вибагливою, оскільки може отримати необхідну інформацію через більш оперативні джерела. Читачів приваблює штат журналу, представлений членами його редакції. Тому так важливо не лише розробити успішну концепцію журнального видання, але й створити унікальну позицію, яку виражатимуть журналісти та редактор.

Література

1. Тимошик М. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання: Практичний посібник / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2012. – 384 с.
2. ДСТУ 3017 – 95. Державний стандарт України «Видання. Основні види. Терміни і визначення».
3. Гутиря І. Маркетинг періодичного видання / І. Гутиря // Наукові записки Інституту журналістики. – 2003. – Т. 10. – С. 35–44.

Кущ Софія
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Абрамова І. Г.

КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Комунікація – важлива та невід'ємна частина життя. Проте процес комунікації не завжди є ефективним, адже між комунікантом та комунікатом виникають комунікативні бар'єри – певні психологічні перепони, які людина встановлює, аби захиститися від небажаної, стомлюючої або небезпечної інформації.

Виділяють три основні типи бар'єрів – особистісні, фізичні та семантичні.

Особистісні бар’єри виникають внаслідок людських емоцій та систем цінностей. Вони зумовлені різницею у расі, статі, культурному та соціально-економічному статусі учасників комунікації, які неправильно зчитують не типові для себе комунікативні сигнали (невідомі слова, рухи, жести інтонації голосу тощо). Особистісні бар’єри можуть виникати як на роботі, так і в побутовому спілкуванні людей. У даному типі бар’єру емоції діють як «фільтри» сприйняття – чути та бачити, а відповідно і сприймати, лише те, на що емоційно налаштовані. Фізичні бар’єри виникають у матеріальному середовищі – різкі та подразнюючі звуки, відстань, стіни тощо. Про такі перешкоди зазвичай відомо заздалегідь, тому їх намагаються уникнути. Семантичні бар'єри виникають у результаті неправильного зчитування та використаних символів через їх помилкове або ж недоречне використання у різних ситуаціях комунікації. Даний бар’єр найчастіше виникає при спілкуванні представників різних мов та культур [4].

Усі комунікативні бар’єри можна розділити на дві великі групи – мікро- та макробар’єри. Макробар’єри напряму співвідносяться з середовищем, у якому відбувається взаємодія. Як правило, вони виникають при інформаційному перенавантаженні (обсяг повідомлення знецінює його), різноманіття носіїв інформації та, власне, при використанні даної інформації. Мікробар’єри виникають внаслідок особливостей інтелекту та світосприйняття сторін комунікації (різне знання та ставлення до об’єкту спілкування, відсутність єдиного розуміння ситуації спілкування, психологічні особливості партнерів) [1].

Причинами комунікативних бар'єрів є змістові й формальні особливості повідомлення. За даною характеристикою виокремлюють наступні бар’єри:

- смисловий (непорозуміння, яке є наслідком того, що одне повідомлення для сторін комунікації має різний смисл — суб’єктивний зміст, якого набуває слово у конкретному контексті, у певній ситуації спілкування);
- логічний (неадекватне сприйняття інформації, породжене особливостями мислення комунікантів. Окрім того, думки зумовлюють різні потреби людини, тому за кожною думкою стоїть мотив, який і є первинною інстанцією у породженні мовлення);
- фонетичний (перешкода, яка виникла внаслідок особливостей мови учасників комунікації);
- семантичний (розбіжності у системах значень учасників спілкування – тезаурусах);
- стилістичний (недоцільність стилю мови комунікатора і ситуації спілкування або стилю мови й актуального психологічного стану реципієнта) [3].

Окрім змістових та формальних бар’єрів, виокремлюють три форми комунікативних бар’єрів, які різняться за ступенем прозорості: уникання, авторитет, нерозуміння. В основу даної класифікації дослідник поклав те, що за своєю психологічною природою комунікативний бар’єр є механізмом захисту від небажаної інформації. Психологічна перешкода, яку реципієнт встановлює на шляху небажаної, стомливої чи небезпечної інформації, може бути різного ступеня прозорості:

- уникання (непрозорий бар’єр, намагання «втекти» від небажаної інформації, можливо фізично та психологічно);
- авторитет (при потраплянні інформації до свідомості, вона суттєво знецінюється внаслідок суб’єктивного зниження авторитетності її джерела, тобто, перетворюється на ненадійну й малозначущу);
- нерозуміння (найпростіший спосіб знизити вплив інформації шляхом її перекручення до невпізнання, надання їй нейтрального змісту) [2].

Отже, комунікативні бар’єри виникають унаслідок відсутності порозуміння між учасниками спілкування, що виникає на основі соціальних, політичних, релігійних та професійних розбіжностей, які створюють різне світосприйняття. Бар’єри також можуть утворюватися через особливості психологічного сприйняття кожного індивіда. Знання комунікативних бар’єрів й уміння їх подолати – найважливіша складова ефективного спілкування.

Література
1. Бондаренко В. Риторика / В. Бондаренко. – Х. : ХНАДУ, 2008. – 121 с.
2. Козирєв М. Комунікативні бар'єри спілкування та шляхи їх подолання / М. Козирєв // Науковий вісник Львівського державного університета внутрішніх справ. – 2014. – № 1. – С. 201–211.
3. Орбан-Лембрик Л. Соціальна психологія : [посібник] / Л. Орбан-Лембрик – К. : Академвидав, 2003. – 448 с.
4. Філоненко М. Психологія спілкування: Підручник / М. Філоненко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
5. Чалдині Р. Психологія впливу / Р. Чалдині. – Х. : КСД, 2016. – 366 с.

Закарлюка Марина
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Абрамова І.Г.

ОСОБЛИВИЙ СТАТУС МОВЧАННЯ У КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОЦЕСІ

Мовчання, як лінія комунікативної поведінки, зародилося у давні часи. Своєрідний культ мовчання існував у Давній Греції. Згідно з легендою, Піфагор приймав до своєї школи учнів лише після п'ятирічної мовчанки, а Аполоній Тіанський, наслідуючи вчення Піфагора, навіть прирік себе на аскетичне мовчання і до кінця життя висловлював думки лише за допомогою жестів [2, с. 209].

Дослідивши праці зарубіжних і вітчизняних науковців, зокрема В. Богданова, В. Манакіна, О. Носової, С. Швачко ми розглянули феномен мовчання у парадигмі вербальних та невербальних комунікацій.

С. Швачко вказує на міфологічні витоки мовчання. У науковому дискурсі розрізняють гарпократійське та ларундійське мовчання. Тлумачення цих термінів можемо знайти у міфах про Гарпократа та Ларунду.

Гарпократ – грецьке ім'я єгипетського бога Гора, сина богині Ізиди, що був народжений після смерті свого батька Озириса. Гарпократу приписувались простота та невигадливість, з огляду на це він зображувався як дитина. Як свідчать міфи, німфа Ларунда (лат. Muta «німа», Tacita «мовчазна») була покарана Зевсом за надмірну балакучість. Вона розповідала дружині Зевса про любовні пригоди її чоловіка. За це розгніваний Зевс вирвав у Ларунди язик та відправив її в царство мертвих – Аїд, куди її супроводжував бог Гермес. З часом Гермес навчився розуміти її безсловесну мову. Звідси метазнак герменевтика. Гарпократійське мовчання пов'язане з ритуальною поведінкою, а мовчання Ларунди – це імпліцитні, скриті форми, що потребують тлумачення та осмислення. Гарпократійське мовчання має ефект джерела, яке примушує нас поглянути на себе, зібратися з думками, відрефлексувати душевний стан та стимулювати пошук [4, с. 227].

В. Богданов виділяє комунікативно значуще і комунікативно незначуще

мовчання. Зазначимо, що комунікативне мовчання не є протилежним до мовлення. Це своєрідний засіб трансляції інформації від мовця до слухача.

Комунікативно значуще мовчання виконує певну знакову функцію, несе в собі емоційне навантаження та слугує одним із засобів комунікації. Дослідник виділяє три типи комунікативно значущого мовчання:

1. Мовчання адресата або мовчання слухання. Цей тип пов'язаний зі зміною комунікативних ролей у процесі спілкування.
2. Мовчання мовця або мовчання замість говоріння. Він зазначає, що це «нульовий замісник вербальної реакції», бо мовчання займає місце очікуваного мовлення.
3. Еліптичне мовчання. Воно зумовлене синтаксичною побудовою тексту та виражене стилістичною фігурою еліпс, за допомогою якого опускаються певні деталі, які можна відновити на основі контексту [1, с. 225].

Мовчання, яке позбавлене функціонального навантаження і вказує на фізіологічний стан людини, вважається комунікативно незначущим. Наприклад, мовчання під час виконання роботи чи сну.

У сучасній комунікативній практиці мовчання є культурно зумовленою формою поведінки, і тому різною мірою поширеним у культурах. Наприклад, у повсякденних бесідах, під час ділових зустрічей у навчальних закладах Японії частіше можна зіткнутися із мовчанням, та воно триває довше, ніж в аналогічних ситуаціях у країнах Заходу. Цей феномен у японців тісно пов'язаний із щирістю, прямотою і правдивістю. Саме тому небагатослівній людині довіряють більше, ніж тій, яка багато говорить. Таким чином, треба враховувати відмінності національних комунікативних стилів, бо це може призвести до міжкультурних непорозумінь.

Мовчання займає проміжний стан між вербальною та невербальною комунікацією. З одного боку, за своєю суттю воно є невербальним, проте має більш важливе значення, ніж жести чи міміка. З іншого боку, мовчання містить у собі значно більше смислів, ніж слова. Воно є настільки багатозначним, що, на нашу думку, має особливий статус у комунікативному процесі.

Література

1. Богданов В. Предложение и текст в содержательном аспекте / В. Богданов. – СПб. : Филологический фак. СПбГУ, 2007. – 280 с.
2. Манакін В. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посіб. / В. Манакін. – К. : ВЦ «Академія», 2012. – 288 с.
3. Носова Е. Стратегические ресурсы молчания / О. Носова // Вестник Челябинского государственного университета. – Серия : Филология. Искусствоведение. – №13 (151). – 2009. – Вып. 31. –С.89–95.
4. Швачко О. Мовчання як силенціальний ефект / С. Швачко // Наукові записки. Серія : Філологія (мовознавство) : зб. наук. пр. / [гол. ред. Н. Л. Іваницька]. – Вінниця : ВДПУ, 2012. – Вип. 15. – С. 225–230.

Ольховська Наталія
студентка 2 курсу Економіко-правничого коледжу
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Абрамова І.Г.

МІСТИЧНА ПОВІСТЬ М.ГОГОЛЯ «ВІЙ» ЯК ПЕРШИЙ ХОРРОР У СЛОВ'ЯНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Постановка проблеми статті полягає у визначенні жанрової приналежності «Вія», зокрема, розгляд цього твору у якості першого літературного «хоррору» в слов'янській літературі. Детальний аналіз цієї теми дозволить підтвердити вагомість постаті М. Гоголя в якості видатного письменника-містика та особливе місце «Вія» в його творчості.

Містичні мотиви мають широке поширення в літературі – як у класичній, так і в сучасній. Мотиви ці сягають своїм корінням у фольклорні та міфологічні системи народів світу. Яскравим прикладом прояву містифікації та піднесення «нечистої сили» є творчість М. Гоголя.

Микола Гоголь – один із найзагадковіших письменників слов'янської літератури. Людина глибоко віруюча, православна, вона не цуралася містики і вірила, що чорт водить за собою людей, змушуючи їх робити злі вчинки. Принцип усього його життя можна уособити в одну тільки фразу: «Бога люби, але й чорта не гніви» .

Повість «Вій» вперше була опублікована у 1835 році у збірнику «Миргород». Критика зустріла «Вія» спочатку досить холодно, не оцінивши справжньої віртуозності автора і глибини його філософії. У повісті фантастика химерно сплітається з реально-побутовими деталями і описами.

Мета статті: довести пряме відношення містичної повісті М. Гоголя «Вій» до літературного жанру «хоррор»; дослідити фантастичні аспекти твору та їх вплив на людську підсвідомість.

Віднести твір письменника до жанру «хоррор» можна за деякими характеристиками, звернувшись до дефініції цього поняття.

Жахи(англ. «horror») – жанр літератури та кінематографу, продукція яких переслідує мету налякати читача або глядача, вселити йому почуття страху та тривоги, змоделювати напружену атмосферу жаху чи його болісного очікування [1, с. 15].

Важливо підкреслити моменти, які не викликають ні тіні посмішки, незважаючи на всю фантастичність того, що відбувається. Почуття страху дуже чітко відчувається при прочитанні цих рядків: «Труп уже стоял перед ним на самой черте и вперил на него мертвые, позеленевшие глаза. Бурсак содрогнулся, и холод чувствительно пробежал по всем его жилам. Потупив очи в книгу, стал он читать громче свои молитвы и заклятья и слышал, как труп опять ударил зубами и замахал руками, желая схватить его…Глухо стала ворчать она и начала выговаривать мертвыми устами страшные слова; хрипло всхлипывали они, как клокотанье кипящей смолы… Философ в страхе понял, что она творила заклинания».

На думку вченого-фольклориста Б. Соколова, «усі ті чудовиська, які так детально прописані, вселяють менший жах, ніж одна тільки панночка чи моторошний карлик Вій»[1, с. 21].

В якійсь мірі, те, що відбулося з Хомою Брутом, може розглядатися як покарання за те, що він, після того, як визволився святими молитвами від відьми, одразу згрішив у Києві з молодою вдовою. Для письменника гибель Хоми – це скоріше тільки спокутування його гріхів.

М.Гоголю вдалося навіть у цьому моральному та психоделічному жасі возвеличити естетизм, підкреслюючи красу головної героїні: «В самом деле, резкая красота усопшей казалась страшною. Может быть, она даже не поразила бы таким паническим ужасом, если бы была несколько безобразнее. Но в её чертах не было ничего тусклого, мутного, умершего. Оно было живо, и философу казалось, как будто бы она глядит на него закрытыми глазами».

Не тільки постать панночки змушує «кров у жилах холонути». У «Вії» Гоголь майстерно нагнітає напругу з кожною ніччю, яку Хома Брут має провести біля домовини панночки-відьми. Риса болісного очікування якомога яскравіше проілюстрована в намаганнях Хоми втекти від свого доручення після другої ночі, проведеної поруч з «нечистю». Увесь посивілий, він благатиме тільки про одне: якнайшвидше закінчення жахів. Але кожний неправильний, нечесний вчинок повинен бути покараний в повній мірі: «Вошедшие сменить философа нашли его едва живым. Он оперся спиною в стену и, выпучив глаза, глядел неподвижно на толкавших его козаков. Его почти вывели и должны были поддерживать во всю дорогу… Он с ужасом увидел истину их слов: половина волос его, точно, побелела».

Власне сама смерть Хоми Брута також є моторошною. Автор передав не тільки почуття тривоги та атмосферу нелюдського жаху, але й найстрашніше, що може трапитися з людиною, – внутрішнє почуття приреченості, безвихіддя:

«У Хомы вышел из головы последний остаток хмеля. Он только крестился да читал как попало молитвы. И в то же время слышал, как нечистая сила металась вокруг его, чуть не зацепляя его концами крыл и отвратительных хвостов...

– Приведите Вия! ступайте за Вием! – раздались слова мертвеца.

И вдруг настала тишина в церкви; послышалось вдали волчье завыванье, и скоро раздались тяжелые шаги, звучавшие по церкви; взглянув искоса, увидел он, что ведут какого-то приземистого, дюжего, косолапого человека… Как жилистые, крепкие корни, выдавали его засыпанные землею ноги и руки. Тяжело ступал он, поминутно оступаясь. Длинные веки опущены были до самой земли. С ужасом заметил Хома, что лицо было на нем железное. Его привели под руки и прямо поставили к тому месту, где стоял Хома.

– Подымите мне веки: не вижу! – сказал подземным голосом Вий – и все сонмище кинулось подымать ему веки.

«Не гляди!» – шепнул какой-то внутренний голос философу. Не вытерпел он и глянул.

– Вот он! – закричал Вий и уставил на него железный палец. И все, сколько ни было, кинулись на философа. Бездыханный грянулся он на землю, и тут же вылетел дух из него от страха».

Хома помирає від страху, але ціною свого життя губить «нечисту» силу, яка вчасно не почула крик півня.

Таким чином, можна стверджувати, що містичну повість М. Гоголя можна віднести до жанру «хоррор», враховуючи елементи триллеру (напружена атмосфера тривоги), а також моторошні епізоди, створені для залякування читача.

Література

1. Соколов Б. Расшифрованный Гоголь // Нечистая сила «Вия» / Б. Соколов. – М : Эскмо, 2007. – 30 с.
2. Терц А. В тени Гоголя // География прозы / А. Терц. – М : КоЛибри, 2009. – 377 с.

Сапа Діана
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.:к.філол.н.,доц. Абрамова І.Г.

ЕТИЧНА І ПРАВОВА КУЛЬТУРА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Право і етика ЗМІ – особливі предмети вивчення в системі журналістської освіти. Вони мають чимало точок дотику. Перш за все, у них одні й ті ж (або подібні) об'єкти впливу – відносини, які складаються між учасниками масово-інформаційного виробництва. При цьому, і право, і етика носять нормативний характер, що регулює діяльність журналістів. Однак джерело правових норм – державні інститути, в першу чергу органи законодавчої влади. Етичні ж стандарти формулюються самими професійними співтовариствами. Відповідно, правові регулятори привносяться ззовні – владним рішенням, тоді як етичні, як правило, є результатом домовленостей всередині корпорації [4].

Актуальністьпорушеного питання в науковому дослідженні підкреслюється реаліями існування журналістики в ринкових умовах і процесом дегуманізації сучасного інформаційного суспільства та невпинними процесами як позитивного, так і негативного характеру (і в науковій сфері, і в суспільному житті, і в політичних процесах), або, іншими словами, аспектів, що вимагають певного регулювання з погляду журналістської етики [1, с.123].

Це питання знаходить своє відображення у багатьох дослідницьких та наукових роботах таких журналістикознавців як С. Корконосенко, Г. Лазутіна, В. Лизанчук, Є. Прохоров, Л. Пономаренко, О. Бухлатий, В. Ворошилов та інші.

Метоюстатті є дослідження особливостей використання етичної і правової культури в журналістській діяльності.

Питання юридичної регламентації журналістської діяльності в Україні на сьогодні є надзвичайно актуальним. Це пояснюється насамперед відсутністю впродовж багатьох десятиліть правової бази щодо діяльності вітчизняних ЗМІ [2].

Законодавство нашої держави, спираючись на Конституцію України, Кримінальний та Цивільний кодекси, починаючи з 1992 року, ввело цілу низку спеціальних законів стосовно різних галузей діяльності ЗМІ. Серед них – Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про авторське право і суміжні права», «Про інформаційні агентства», «Про реламу», «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку

засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України», «Про вибори народних депутатів» тощо.

Журналіст несе відповідальність у межах чинного законодавства за перевищення своїх прав і невиконання покладених обов'язків. [3, с.153].

Етичне регулювання журналістської діяльності сьогодні є процесом надзвичайно необхідним.

Етичні положення в ідейно-змістовному відношенні поділяються на кілька груп. За досить довгу історію існування професії, і її осмислення цей поділ придбав стійкий характер і, як правило, знаходить відображення у структурі кодексів, хартій, декларацій, якими б ЗМІ вони не бралися [4].

Основні завдання журналістської етики полягають у гарантуванні людям (потенційній аудиторії) права на отримання оперативної, об'єктивної, достовірної, точної, правдивої, збалансованої інформації, забезпечення їх від будь-якого негативного впливу та маніпуляції.

Отже, право і етика ЗМІ взаємопов'язані між собою, входять у систему журналістської теорії та освіти. По-перше, право і етика співвідносяться з фундаментальним вченням про принципи і соціальну роль ЗМІ, про структуру світогляду журналіста. По-друге, вони формують (наказують, підказують, забороняють) стандарти поведінки кореспондента й редактора, зумовлюють вибір тих чи інших засобів праці, а, отже, повинні вивчатися на прикладному рівні, в системі методів і техніки виробничої діяльності.

Література

1. Глушко А. Етичні аспекти дизайну друкованих та електронних ЗМІ / А. Глушко // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації. – 2003. – № 2. – С. 122–125.
2. Прохоров Е. Введение в теорию журналистики : учеб. Для вузов / Е. Прохоров. – 7-е изд., испр. И доп. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 352 с.
3. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / Т. Приступенко, Р. Радчик, М. Василенко та ін. ; за ред. В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – 352 с.
4. Корконосенко С. / Ред. / Основы творческой деятельности журналиста. СПб. : Знание, 2000 г. [Електронный ресурс] – Режим доступа: http://www.studfiles.ru/preview/4066012/page:19/

Сергієнко Дар'я
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Абрамова І.Г.

СТРУКТУРА ТЕЛЕВІЗІЙНОГО РЕПОРТАЖУ

У сучасному медійному просторі одну з найголовніших складових становлять новини. Прагнення сучасної людини розбиратися в закономірностях сьогодення спонукає не тільки власників каналів, а й безпосередньо ньюзмейкерів приділяти особливу увагу ретрансляції інформаційних матеріалів. Одним із таких журналістських способів ретрансляції є репортаж.

На сьогодні термін «репортаж», у різних його проявах, має конкретне визначення специфіки цього інформаційного продукту. Зокрема, більшість дослідників мас-медіа у своїх працях подають наступне визначення: «репортаж – інформаційна розповідь, повідомлення з місця події під час її перебігу» [8, с. 80]. Це твердження універсальне, адже його доцільно використовувати як на телебаченні, так і у пресі, а також в електронних ЗМІ. Інші дослідники розглядають репортаж як імпровізацію щодо актуальних подій дня (І. Михайлин), [4, с. 52], як оперативну інформацію (Н. Мартинчук, І. Бойчук) [2, с. 54], як опис, що відображає хід події (О. Дудко) [1, с. 22].

Однак є очевидним те, що телерепортажі суттєво відрізняються від схожих газетних або радіорепортажів. А. Юрловський та Р. Борецький зазначають, що особливістю телерепортажу є «уособлення події, що постає перед глядачем в момент її здійснення, у той час як у газеті репортаж постає тільки як розповідь про подію» [7, с. 81]. Це означає ,що

телерепортаж володіє такими рисами як оперативність, динамічність та створення в аудиторії правдивого образу дійсності. За А. Яковцем, репортаж на телебаченні – «це трансформація події у видовище з реальними персонажами, діями і декораціями» [8, с. 62]. Схоже твердження подає І. Прокопенко – «репортаж є такий літературним викладом, в якому мальовничо, в найбільш яскравих деталях, і водночас стисло, документально точно зображується конкретна дійсність, правдиві факти і люди безпосередньо з місця подій. Репортаж примушує нібито власними очима бачити предмет опису, немовби відчувати дотик до нього. Ця властивість жанру обумовлюється тим, що репортаж зображує події і явища у деталях, в окремих виразних елементах, цікавими штрихами. Він не розповідає про них, а зображує дійсність динамічною, живою картиною [5, с. 34]». Якщо порівнювати радіорепортаж чи репортаж у друкованих ЗМІ, де у словесній формі відтворюються всі образи, описуються місця події з телерепортажем, де документально зафіксована та відтворена дійсність подій, якнайширше проілюстрована матеріалами, можна стверджувати, що телерепортаж має значні переваги над співіснуючими видами ЗМІ.

Репортаж як жанр поділяється на три групи: подієвий, тематичний та постановчий. В подієвому репортажі мова йде про показ реальної події, де завдання репортера – якомога докладніше та точніше проінформувати телеглядача. Ключовою є сама подія, її розвиток. У тематичному репортажі журналіст підбирає об'єкт показу і події, що відбуваються, відповідно до заданої теми та ідеї випуску. Тематичний репортаж вимагає ґрунтовної підготовки та знання ключових моментів. Постановчий репортаж відзначається організацією конкретної події безпосередньо журналістом. Такий тип ще можна назвати «змодельованою ситуацією» [8]. Схожу типологію наводить В. Цвік, додаючи до подієвого, тематичного та постановчого репортажу спеціальний репортаж, наголошуючи, що його картина «виходить за межі інформаційної картини дня». Також він подає класифікацію телерепортажів ще за таким принципом: за способом трансляції (прямий та фіксований), за способом фіксації (відео- та кінорепортажі) та за звуковим супроводженням (синхронний, озвучений, німий) [6, с. 144].

Поряд із подією, наявність якої є основною жанровою вимогою, телерепортаж здатний створювати образ цієї події, який грунтується на її перебігу, а також деталях, що стають «наочними ознаками факту» [3, с. 119].

Таким чином, можна стверджувати, що створення якісного телерепортажу залежить не тільки від жанру, форми та змісту, інформаційної насиченості, а й безпосередньої участі журналіста, насиченістю фактами, відбором осіб та стилем подачі.

Література

1. Дудко О. Вступ до журналістики: світ. та вітчизн. практика : навч. посібник. / О. Дудко. – Київ : 2009. – 386 с.
2. Мартинчук Н., Бойчук І. Журналістика у школі / Н. Мартинчук, І. Бойчук. – Тернопіль–Харків : Видавництво «Ранок», 2010. – 258 с.
3. Мельник Г. Основы творческой деятельности журналиста / Г. Мельник, А. Тепляшина. – СПб. : Питер, 2008. – 455 с.
4. Михайлин І. Основи журналістики. Підручник. 5-те видання / Михайлин І. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.
5. Прокопенко І. Репортаж в газеті / І. Прокопенко. – К. : ВПЦ «Київський університет», 1959. – 185 с.
6. Цвик В. Телевизионная журналистика : История, теория, практика : Учебное пособие / В. Цвик. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 486 с.
7. Юрловський А., Борецький Р. Основы телевизионной журналистики. / А. Юрловский, Р. Борецький. – Москва : 1986. – 378 с.
8. Яковець А. Телевізійна журналістика : теорія та практика : Підручник – К. : Вид.дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 263 с.

Стрельцова Марія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Абрамова І.Г.

ГРАФІЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ Х-ФЕМІЗМІВ («БЛОГИ» С. ЛЕЩЕНКА) НА САЙТІ ГАЗЕТИ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА»

У статті розглядається застосування графічних засобів явища евфемії та дисфемії у матеріалах на політичну тематику від постійного автора рубрики «Блоги» від «Української правди» Сергія Лещенка у період з 01 січня по 20 лютого 2016 року.

Політичний дискурс є однією зі сфер людської комунікації, де простежується багато фігур перефразування [2, с. 55]. Додатковим поштовхом у розповсюдженні та використанні політичних евфемістично-дисфемічних одиниць слугує все більша доступність та публічність українського політичного мовлення завдяки засобам масової інформації [3, с. 119]. Дисфемізми, так само як і евфемізми, можуть використовуватися з метою здійснення маніпулятивного впливу на адресата. Здатність бути мовним засобом маніпулятивного впливу ґрунтується на оцінних властивостях [4, с. 374].

Вивчення засобів евфемії та дисфемії вже давно пішло за рамки використання їх з огляду на лексично-семантичне значення. Натомість ряд дослідників, таких як В. Санников, О. Торопцева, Ю. Баскова, О. Пушкар, звернули увагу на явище Х-фемізмів на графічному рівні.

За О. Пушкарем, розглядають наступні графічні способи евфемії, як:

1. Упущення середини слова (голосних), що у мовознавстві називають синкопою (ф…гня).
2. Упущення кінця слова – апокопа (ж…).
3. Заміна слова в письмовому мовленні трикрапкою.
4. Лапки як ознака евфемічно-дисфемічного обігрування.
5. Інші графічні символи, які залежно від контексту несуть свої семантичні навантаження (знак (!)) [3, с. 119].

Платформа «Блоги» від «Української правди» якнайкраще демонструє апелювання журналістів до графічного відображення Х-фемізмів.

Народний депутат 8 скликання та практикуючий журналіст Сергій Лещенко у період з 01 січня по 20 лютого 2016 опублікував 8 матеріалів на політичну тематику на платформі «Блоги» від «Української правди»: «Гроші в обмін на голоси. Як працюють «тіньові» члени коаліції» (19.01.2016); «Неспособность Порошенко пожертвовать меньшим во имя большего тянет на дно» (25.01.2016); «Схема Яценюка-Мартиненка на урані: кузен Жванії володіє фірмою-прокладкою» (26.01.2016); «Аваков міністр чи італійський бізнесмен? Протокол про корупцію для Авакова (оновлено)» (28.01.2016); «Почему Кононенко должен уйти? СМС, вскрывающее гнойник политического договорняка» (08.02.2016); «Момент истины Порошенко: спастись или утонуть вместе с Кононенко» (15.02.2016); ««Карточный домик» Петра Порошенко» (16.02.2016); «Разобрать уговор по молекулам. Новые подробности спасення Яценюка (исправлено) (20.02.2016).

До графічного відображення Х-фемізмів нардеп-журналіст протягом двох місяців звертається 31 раз, серед яких – 28 прикладів використання лапок задля евфемічно-дисфемічного обігрування. Так, у російськомовному матеріалі «Почему Кононенко должен уйти? СМС, вскрывающее гнойник политического договорняка» (08.02.2016) до використання лапок журналіст вдається 10 разів. Наприклад: «После чата с Пасишником Абромавичусу поступил «контрольный» звонок от руководства администрации президента» або «Несколько министров вернулось в правительство, где их как полипы окружали «смотрящие» от фракций парламента».

У своїх матеріалах за два місяці Сергій Лещенко використав такі графічні зображення, як знак оклику. Проте, лише один раз у матеріалі: «Разобрать уговор по молекулам. Новые подробности спасення Яценюка (исправлено) (20.02.2016): «Там совершили «аналогичный

поступок» 24 (!) депутата, что сопоставимо с размером целой фракции». Як зазначає О. Пушкар, подібні знаки навпаки привертають увагу, змушуючи замислитись та оцінити суть повідомлення як щось позитивне або негативне [3, с. 121].

Окрім цього, автор двічі звертається до використання трьох крапок. Судячи з усього, вони виконують у тексті аналогічну функцію, що і знак оклику – дають час читачеві віднайти приховану суть. «Вопрос к преданной «армии президента», голосование которой показывает – или президент утратил влияние на свое бизнес-крыло (что маловероятно), или**…**» («»Карточный домик» Петра Порошенко» (16.02.2016)).

Х-фемізми пронизують усі аспекти існування соціуму і культури [1, с. 97]. До цього додається динамічність у використанні евфемізмів та дисфемізмів. Яскравим прикладом цього стали матеріали Сергія Лещенка, присвячені політичній тематиці, що демонструють нетипове використання Х-фемізмів у вигляді графічних знаків.

Література

1. Вишнівський Р. До питання про мотиви вживання евфемізмів (на прикладі сучасної англійської мови [Електронний ресурс] / Р. Вишнівський // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 2014. – Вип. 13. – С. 95–98. – Режим доступу : http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v13/26.pdf
2. Козуб Л. Мовні засоби впливу у сучасному англомовному політичному дискурсі [Електронний ресурс] / Л. Козуб // Studia methodologica. – Тернопіль, 2011. – Вип. 32. – С. 51–59. – Режим доступу: http://elibrary.nubip.edu.ua/10621/1/Козуб-стаття_1.pdf
3. Пушкар І. Графічні засоби вираження евфемії / дисфемії [Електронний ресурс]. Режим доступу : file:///C:/Users/Маша/Downloads/Nchnpu_10_2013_10_30.pdf
4. Стасюк С. Функції евфемізмів та дисфемізмів у парламентській комунікаційній ФРН та Швейції [Електронний ресурс] / О. Стасюк // Studia Linguistica. – КНУ ім. Тараса Шевченка, 2011. – Вип. 5. – 372-376. Режим доступу : http://www.philology.kiev.ua/php/4/7/Studia_Linguistica_5_2/372_376.pdf

Богданов Микита
студент 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Абрамова І.Г.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КІНОРЕЦЕНЗІЙ В ОНЛАЙН-ЗМІ УКРАЇНИ ТА РОСІЇ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАНЬ «ZAXID.NET» ТА «ВЕДОМОСТИ»)

У статті розглядаються характерні особливості кінорецензій та їхнього функціонування у вітчизняних та зарубіжних інтернет-ЗМІ на прикладі порталів «Zaxid.net» та «Ведомости» як узагальнених видань, що не спеціалізуються на кіномистецтві.

Актуальність поданої теми зумовлена невизначеністю статусу кінорецензії на сторінках онлайн-видань. Вільній доступ до кінофільмів та глядацьких оглядів на них у різноманітних інформаційних базах на кшталт «Кинопоиск» чи «IMDb» призвів до ситуації, коли затрати часу на ознайомлення з професійною роботою кінокритика є недоцільними для аудиторії. Внаслідок цього видозмінюється і сама кінорецензія, яка стає гібридом роботи критика і колумніста, притаманними їй рисами стають модифікація в інфотейнмент, орієнтованість на особистість критика, есеїстичний стиль викладу [1, с. 5]. Але ці тенденції західної журналістики неоднорідно розповсюджуються у вітчизняних ЗМІ, тому на часі постає необхідність у порівнянні ситуації у новітніх медіа України та близького зарубіжжя.

Проблемами стану кінокритики займаються такі дослідники сучасного кінопроцесу, як В. Божович, О. Гудошник, Н. Іванова, І. Смирнов, О. Титаренко.

Думку про стагнацію усією галузі кінокритики, озвучену науковцями, підтверджує той факт, що кінорецензія як явище взагалі відсутня у більшості провідних онлайн-ЗМІ України, де підрубрика кіно висвітлює лише новини кінобізнесу та огляди гучних подій. За період лютого 2016 року на провідних порталах («Кореспондент.нет», «Цензор.нет», «Дзеркало Тижня») не було опубліковано жодної рецензії. Винятком стали портали

«Gazeta.ua» (де була опублікована одна рецензія: «В центрі уваги»: кіно про Пулітцерівську премію, що отримало «Оскар», 29.02.2016) та «ZIK» (також одна, ««Політ золотої мушки». Смішне кіно про Галичину», 25.02.2016), а також «Zaxid.net», де публікація рецензій була систематичною (4 рецензії: «У прокат вийшов фільм-переможець Каннського кінофестивалю», 11.02.2016; «Мій король» та вся його рать», 18.02.2016; «У прокат виходить документальний детектив про Майдан», 22.02.2016; «Ну дуже смішне кіно», 25.02.2016). Варто відмітити, що не всі запропоновані матеріали повністю відповідали критеріям жанру рецензії, проте, в умовах дефіциту об'єктів для аналізу, вони всі хоча б пропонували один з ключових критеріїв рецензії – оцінність.

Російське ділове видання «Ведомости» спеціалізується на політичній аналітиці, але має також і відділ, присвячений культурі, де в тому числі друкуються кінорецензії (за лютий 2016 року опубліковано 10 матеріалів). «Ведомости», як і «Zaxid.net» – це видання, що займають позицію у середині списку топ-100 ЗМІ своїх країн (за версією bigmir.net та LiveInternet), але проблемність такої опозиції в тому, що на місці «Ведомостей» могло бути ще 30 видань (це приблизна кількість російських ЗМІ, де регулярно друкують рецензії), а «Zaxid.net» обраний через відсутність альтернативи. Такий стан речей змушує визнати катастрофічне положення жанру професійної кінорецензії, яка майже зникла зі шпальт онлайн-сторінок українських видань. Науковці зазначають, що причиною непопулярності кінорецензій може бути формальна несформованість [2, с. 57]. У радянські часи кінокритика була потужним пропагандистським інструментом, який виявився непотрібним у демократичних реаліях. Водночас трансформація з аналітичного твору радянського критика у художньо-публіцистичний твір автора-колумніста не відбулася, як це сталося, наприклад, в Росії. Тому українська кінорецензія ніби «зависла» в журналістському лімбі на стадії перебудови, що затягнулася.

У другій половині XX сторіччя кіноклуб Єльського університету розробив класифікацію групи аспектів фільму, на які має зважати кінокритик [4]. Це постановка, кінематографія, монтаж та музика. Подана таблиця ілюструє, що кінорецензенти з видання «Ведомости» не тільки наслідують західну форму матеріалів, а й звертаються до канону американських рецензій, звертаючи увагу на технічні деталі.

Групи та аспекти	Zaxid.net	Ведомости
Постановка 1. Декор	+	+
2. Світло	+	+
3. Простір	+	+
4. Костюми	+	+
5. Акторська гра	+	+
Кінематографія 1. Якість (колір, фокус, глибина)	+	+
2. Кадр	-	+
Монтаж 1. Типи переходів	-	+
2. Стиль	+	+
Звук 1. Джерело	-	+
2. Якість	-	-

У підсумку можна говорити, що кінорецензії у виданні «Zaxid.net» (і в Україні в цілому) представлені значно менше, ніж у «Ведомостях» (і в Росії загалом), вони характеризуються як застарілою формою, так і менш ґрунтовним змістом. Отже, для відновлення популярності колись провідного жанру потрібна не лише популяризація серед аудиторії, а й робота власне над специфікою самих матеріалів.

Література
1. Божович В. Версия 2.0 – Кинокритика в Интернет-пространстве / В. Божович // Искусство кино. – 2011. – №4. – С. 3-10.
2. Іванова Н. Інтернет-кінокритика : нові форми й старі помилки [Електронний ресурс] / Н. Іванова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Соціальні комунікації. – 2015. – Т. 23, Вип. 15. – С. 56-61. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnusc_2015_23_15_12
3. Тертычный А. Жанры периодической печати : учеб. пособ. / А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 438 с.
4. Film Analysis Guide [Internet Source] // Film Studies Program : / Yale University – Procedure of access : http://www.classes.yale.edu (23. 05. 2014).

Шубіна Луїза
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Абрамова І.Г.

ВИПУСК СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ДИТЯЧИХ ЕНЦИКЛОПЕДІЙ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТА ТЕМАТИКА СПРЯМУВАННЯ

Українська дитяча енциклопедія – одна із галузей дитячої літератури. На даний момент в Україні зареєстровано понад 50 періодичних видань, адресованих дітям. Актуальним є питання змістового наповнення дитячих енциклопедій, їх відповідність вимогам, які ставляться до друкованої продукції, призначеної для дитячого читання.

До цього часу були спроби огляду енциклопедичних видань, у яких мали місце узагальнені думки, висловлені з приводу окремих енциклопедій. Аналіз останніх публікацій і досліджень в енциклопедичній галузі свідчить, що науковці розглядають у своїх працях різні функції енциклопедій у сучасних умовах. Зокрема, це питання досліджували Е. Огар, Н. Черниш, В. Січинський, А. Жуковський, М. Чуб, Т. Жабська, І. Гончаренко. Але серед невирішених частин проблеми поки що залишається дослідження специфіки та тематичного спрямування дитячих енциклопедій.

За словником української мови, енциклопедія – це науковий довідник, що об'єднує найістотніші відомості з усіх галузей знань чи якої-небудь однієї галузі, розміщених в алфавітному або тематичному порядку [3, с. 482].

Термін «енциклопедія» (а також «циклопедія») в його сучасному значенні з'явився у XVI-XVII століттях. Енциклопедії беруть свій початок ще з античності. Першими енциклопедистами були учні Платона Спевзипп і Аристотель (період V-IV ст. до н. е.). Роботи обох збереглися в уривках. Праця Спевзиппа являла собою класифікацію рослин і тварин, а робота Аристотеля – зібрання творів за різними темами, розташованими за системою знань, запропонованих автором. У добу Середньовіччя на заході Європи склалося кілька видів енциклопедичних праць: зерцала (лат. speculum), компендіуми (compedium), суми (summae), які служили в основному навчальними посібниками для студентів «нижчих» загальноосвітніх факультетів університетів. Першою друкованою українською книжкою для дітей вважають «Буквар» Івана Федорова, виданий 1574 року у Львові [4, с. 19].

Енциклопедія як жанр наукової та науково-довідкової літератури має певні особливості. Популярність викладу, розрахована на широке коло читачів, має поєднуватися з науковою чіткістю та логікою викладення матеріалу. Неприпустиме недбале, наближене, однобічне висвітлення явищ і фактів. Цим енциклопедії відрізняються від інших видів наукових видань, у яких такі матеріали можуть наводитися в авторській концепції.

Сучасна українська книжкова справа характеризується декількома тенденціями: кількісне зростання книговидання (понад 1,36 примірника на душу населення); сучасні видання вирізняються різноманітністю змісту, охоплюють широку палітру тем (15 тис. назв видань); сучасні видання неоднорідні за структурою, композицією (втім, ця тенденція спостерігалася й раніше); нині книжки все частіше вирізняються оригінальністю дизайну, є відмінними за художнім і технічним оформленням [2, с. 112].

Власне, дитячі енциклопедії – це науково-популярна довідкова література, призначена для самоосвіти і виховання дітей. Такі видання знайомлять читачів із навколишнім світом, основами наукових дисциплін, досягненнями науки, техніки, культури, з рідною і зарубіжними країнами [1, с. 21].

Цільове призначення дитячої енциклопедичної статті полягає в тому, щоб у доступній для певного віку формі ознайомити читача з досягненнями в різних галузях культури, науки й техніки, формуючи та структуруючи систему знань дитини.

Енциклопедії поєднують у собі пізнавальні і розважальні методи подання знань, так «Інтерактивна енциклопедія для школярів», окрім вичерпних відповідей на безліч питань, пропонує веселу гру «Знайди відповідь», що безперечно привертає дитячу увагу. Більше того, енциклопедії «Дитяча Енциклопедія: Країни світу. Америка, Австралія, Океанія» та «Дитяча Енциклопедія: Астрономія» можна вважати доповненням до існуючих шкільних підручників з географії та астрономії, адже вони допомагають читачам розширити своє світобачення, спираючись на повсякчасні досягнення науки.

Енциклопедії для хлопчиків та дівчаток є вузькоспеціалізованими, адже розкривають теми, які будуть цікавими лише представникам певної статі. Дитячі енциклопедії для хлопчиків та дівчаток яскраві і містять багато барвистих ілюстрацій. Так, в енциклопедіях «Дівчинка на всі 100%» та «Хлопець на всі 100%» 30% обсягу займають кольорові ілюстрації. Відрізняються енциклопедії тематичним спрямуванням, адже хлопчиків більше цікавить спорт та пригоди, а дівчат – кулінарія, мода та краса. Так, енциклопедичне видання «Все хлопцям про дівчат» може стати добрим помічником у питаннях спорту, дружби, хобі, стосунків з дівчатами тощо. Тут знайдуться і слушні поради, і корисні підказки, і цікаві історичні факти. А «Енциклопедія для дівчаток. Твої секрети» містить у собі найважливіші поради про моду, красу, кулінарію та стосунки з однолітками.

Дитячі енциклопедії відіграють визначальну роль у формуванні розвиненої, багатосторонньої та свідомої особистості. Такі видання за допомогою ігрового підходу розвивають у дитини логіку, мислення та творчі здібності.

Отже, за читацькою аудиторією дитячі книжки бувають універсальними та окремими для кожної статі. Універсальні енциклопедії містять в узагальненому вигляді основні відомості з усіх галузей знань і практичної діяльності. Українські дитячі універсальні енциклопедії мають певні особливості, недоліки та переваги. Кожне видавництво намагається привабити читача по-своєму: одні роблять це за допомогою кольорових ілюстрацій та цікавих декоративних елементів, а інші – за допомогою елементів гри та захоплюючого змістового наповнення. Проте, і першим, і другим вдається знайти свого читача. Енциклопедії стануть у нагоді кожному, адже у них є відповіді майже на всі питання.

Література

1. Бебик В. Сучасні українські енциклопедії / В. Бебик. – К. : Наукова думка, 2004. – 295 с.
2. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 562 с.
3. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: // sum.in.ua
4. Черниш Н. Українська енциклопедична справа : історія розвитку, теоретичні засади підготовки видань / Н. Черниш. – Львів : Фенікс, 1998. – 91 с.

Науменко Євгенія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. керівник: к. філол. н., доц. Іванюха Т. В.

УКРАЇНСЬКА ТЕМА У ТВОРЧОСТІ МОЛДАВСЬКОГО РЕЖИСЕРА КРІСТІАНА ЖЕРЕГІ

Події останніх років у нашій державі привертають увагу багатьох зарубіжних журналістів і режисерів. Деякі з них у своїх матеріалах аналізують сучасні українські проблеми (британець Е.Лукас, італієць Дж.Кьєза), а деякі пов’язують своє життя з Україною, стають свідками та літописцями подій на Сході України. Одним із таких журналістів є молодий молдавський режисер Крістіан Жерегі.

Крістіан Жерегі – член Спілки кінематографістів Молдови, режисер творчого об'єднання «Вавилон'13», активний учасник Євромайдану 2013-2014 рр., доброволець батальйона «Киевская Русь», автор циклу «Край земли: Зона АТО», володар Гран-прі Кінофестивалю «Відкрита Ніч» за документальний фільм «Заповіт», знятий під час подій на Майдані.

Творчий шлях режисера розпочався з навчання на режисерському факультеті у Всеросійському державному університеті кінематографу. З 2003 р. розпочав вже безпосередньо режисерську роботу. З 2007 р. працював в Акторському Агенстві Валеріу Жереги кінокомпанії «PRIM-PLAN STUDIO». В цьому ж році знімався в фільмі А. Гордона «Огни притона». З 2010 він є членом Спілки кінематографістів Молдови.

Режисером студії «Вавилон-13» Крістіан став у 2013 р. Вавилон'13 —об'єднання режисерів, операторів та кінематографістів, що фіксують визначні історичні події української держави у формі короткометражного документального кіно. Кінопроект «Вавилон'13» розпочав свою діяльність коротким відео: «Prologue», що було записано на Михайлівській площі 30 листопада 2013-го р. Відгалуженням проекту є роботи циклу документальних фільмів «Зима, що нас змінила» (7 новел про перебіг подій на Євромайдані під час Революції Гідності, про героїв Небесної Сотні; створений спільно з телеканалом «1+1») та «Наша Надія» (документальний фільм, присвячений ув'язненій українській льотчиці Надії Савченко; реж. Володимир Тихий, автор та головний режисер «Babylon'13»).

З 2014 Крістіан Жерегі воює в лавах українського батальйону Київська Русь. Того ж року Президент України Петро Порошенко підписав указ, згідно з яким Жерегі, як і мріяв, отримав українське громадянство [3].

Митець знімає переважно документальні фільми, альманахи. Серед найвизначныших – «Заповіт» (2014), «Край Земли: Зона АТО» (2014).

У «Заповіті» режисер показав палаючий Майдан і похоронну процесію за загиблими учасниками протестів. Кадри фільму супроводжуються композицією на однойменний вірш Тараса Шевченка. За цю стрічку Жерегі отримав гран-прі кінофестивалю **«Відкрита ніч-Дубль 17» [4]. Зйомки «Заповіту» ледь не коштували Крістіану життя: режисера було поранено під час зйомок.**

«Край Земли: Зона АТО» – документальний фільм, що складається з переважно портретних нарисів військовослужбовців, що воюють на Сході України. Для того, аби зняти історії про життя українських добровольців учасників АТО, Жерегі провів на лінії фронту більше 5 місяців. В цих коротких стрічках історії про долю добровольців, про мотиви, які привели їх на фронт, про їхнє минуле, сьогодення і майбутнє. Герої нарисів дуже щирі у розповіді. Навіть довгі паузи, мовчання і задумливий погляд багато про що говорять.

Цикл новел «Край землі» Жерегі знімав як т.зв. рубрику ток-шоу «Хоробрі серця» (канал «1+1», «2+2») [1]. «Для мене також дуже цінно,- зізнається в інтерв'ю «Телекритиці» Крістіан, - що наді мною немає ніякої редактури, ніхто не говорить поміняти якусь фразу. Весь матеріал я виробляю сам, зі своїм підходом і ритмом. Свої фільми я роблю інакше, грубіше, порушуючи правила, з агресивним, грубим, рваним монтажем» [2].

В двогодинний військово-патріотичний проект були гармонійно вплетені 2 «живих», емоційних, драматургічно вибудованих сповідей героїв війни. Учасники фільму – люди найрізноманітніших професій – музиканти, столяри, юристи, залізничники. Своє завдання режисер вбачає в тому, щоби зміцнювати впевненість у людей, підтримувати дух бійців. «Сподіваюся, мої фільми комусь допоможуть», – розповідає Жерегі. Кількох людей з тих, кого він знімав, вже немає в живих. Одного з них вбило практично у нього на очах. Тому ці історії не просто відзняті, вони пережиті режисером разом з героями [2].

Так, історія нашої країни змінює долі не лише її громадян, але й іноземців, які переймаються долею України. Крістіан Жерегі у своїх режисерських роботах не просто спостерігач. Він за допомогою свого власного, військового досвіду і знанням про реальний перебіг конфліктів і в зоні АТО, і на Майдані філігранно вибудовує концепцію новели, дає

можливість бійцям говорити відверто, виводить на «небажану» розмову, розпитує про те, що болить і врешті показує їх такими, які вони є в житті.

Література

1. На каналі «2+2» розпочинається другий сезон ток-шоу «Хоробрі серця» [Електронний ресурс] // Телекритика [Офіційний сайт]. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/rinok/2015-04-15/106087
2. Кристиан Жереги: «Я легко меняю камеру на автомат» [Електронний ресурс] //Телекритика [Офіційний сайт]. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/profesija/2014-10-06/98867
3. Тепер я український режисер і дуже цим пишаюся, – Крістіан Жерегі [Електронний ресурс] // Укрінформ [Офіційний сайт]. – Режим доступу : http://www.ukrinform.ua/rubriciac/1852971kristian_geregi_teper_ya_ukraiinskiy_regiser_i_duge_pishayusya_tsim_2061914.html
4. Гран-прі кінофестивалю «Відкрита ніч» здобула стрічка «Заповіт» Кристіана Жерегі [Електронний ресурс] // Телекритика [Офіційний сайт]. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/kontekst/2014-06-29/95249

Наумова Лілія
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

КОРПОРАТИВНІ ГЕРОЇ ДИТЯЧИХ ХАРЧОВИХ БРЕНДІВ ЯК СКЛАДОВА ФІРМОВОГО СТИЛЮ

З кожним роком конкуренція між виробниками продуктів харчування загострюється, що спричиняє необхідність не тільки інформувати про свій товар, а й виділяти його серед конкурентів. У цих умовах фахівці з реклами прагнуть до розробки унікального фірмового стилю, що допоможе виокремити продукт у відповідній товарній категорії. Це вимагає пошуку нових творчих рішень у рекламі, а також нетрадиційних прийомів створення образу фірми.

Чималий перелік найменувань торговельних марок у галузі дитячого харчування дає підстави не лише для конкурування, а й для розрізнення продуктів однієї компанії. Перш ніж виводити новий продукт на ринок, де вже існує сильне конкурентне поле, і запускати рекламну кампанію на підтримку цього продукту, кожна компанія розробляє мінімальний набір компонентів фірмового стилю, що дозволить сформувати позитивний імідж. До таких компонентів належить логотип, слоган, корпоративний герой, фірмові кольори та шрифти.

Поміж усіх констант фірмового стилю саме корпоративний герой робить вигаданий світ реклами схожим на реальний, оживляючи його. Шанси привернути увагу споживача рекламним зверненням без участі персонажа невеликі, бо, на думку Д. Аакера, саме яскраві образи завжди причаровують адресата [1].

За словами Л. Подорожньої, корпоративний герой – це постійний персонаж, наділений певними позитивними ознаками, що допомагає виділити компанію та передати її основні риси. Рекламний персонаж використовується в комунікаціях з цільовою аудиторією [4].

Отже, корпоративний герой – це віртуальний образ, вигаданий чи існуючий персонаж, людина, що демонструє товар, надаючи бренду індивідуальності, емоційного забарвлення, сприяє його запам'ятовуванню і популяризації. Узгодившись з іміджем компанії, рекламний персонаж сприяє переконанню споживачів і служить конкретним цілям. Вдало розроблений герой створює зв'язок із брендом через особливий нестандартний підхід. Дієві корпоративні герої можуть стати символами цілої галузі.

Запорізька вчена К. Доценко стверджує, що важливою умовою успішної комунікації для дитячого бренду є залучення маленького споживача та його батьків до взаємодії з торговельною маркою. Якщо бренд стає ближчим до дитини, значить – і її улюбленим [2].

Відомо, що покупцями дитячих продуктів є дорослі, але кінцевими споживачами часто є діти.Саме тому, розробляючи фірмовий персонаж, виробники дитячого харчування мають орієнтуватись не лише на вподобання дітей, але і викликати довіру у батьків.

Прикладом такого рекламного героя є ведмежа ТМ «Барни», яке переконало матусь у користі бісквітних тістечок та стало веселим товаришем для дитячої аудиторії. В рекламних роликах із використанням 3D-анімації та елементів ігрового відео, Барні виглядає дуже енергійним і доброзичливим. В. Подвірний, арт-директор Euro RSCG Moscow, стверджує, що «ведмежа продовжує вдосконалюватися, тепер воно ще більш реалістичне та живе. Ми постаралися приділити особливу увагу рухам і емоціям Барні, зробити їх максимально природними» [3].

Інший корпоративний герой, який завоював симпатію як дорослих, так і дітей – левенятко Локо Моко. Різноманітні молочні продукти ТМ «Локо Моко» представлені яскравим, добрим і радісним героєм, левеням Локо Моко, з яким дитині подобається гратись, вчитись і пізнавати все нове. Торговельна марка виробляє такі продукти, як сирки, йогурти, кефір, молочні коктейлі, що сприяють гармонійному, фізичному та емоційному розвитку дитини. На усіх упаковках дитячого харчування левеня займається тим, що так полюбляють робити малюки: малює фарбами, читає абетку, катається на самокаті, чекає на подарунки від діда Мороза.

Як бачимо, виробники дитячого харчування віддають перевагу персонажам-тваринам, яких так полюбляють малюки. Головне, створюючи рекламного героя, наділити його такими якостями, щоб діти, дивлячись на рекламу, хотіли отримати не лише смачненький десерт, а й надійного товариша. Батьки, в свою чергу, мають бути впевнені у якості та надійності товару.

Корпоративний герой як складова фірмового стилю використовується для надання торговельній марці таких ознак, які будуть приваблювати як цільову аудиторію, так і потенційних клієнтів. Перш за все, рекламний персонаж саме дитячого харчування має бути символічним, яскравим і нести позитивне емоційне забарвлення, що допоможе звернути увагу на товар і запам’ятати його. Для дитячих рекламних персонажів частіше за все обирають супергероїв, ляльок, тварин, персонажів із відомих мультиків або незвичних вигаданих створінь.

Література

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер; пер. с англ. – М. : Аспект-пресс, 2003. – 440 с.

2. Доценко К. Роль соціальної міфотворчості під час створення дитячих брендів на ринку молочної продукції України / К. Доценко // Журналістика. Філологія. Медіаосвіта : збірник наукових праць. – Полтава, 2014. – С. 44-47.

3. Медвежонок Барни – теперь банановый [Электронный ресурс] // Режим доступа : http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/medvezhonok-barni-teper-bananovyj-368105/

4. Подорожная Л. В. Фирменный стиль: его функции и основные элементы [Электронный ресурс] / Л. В. Подорожная // Режим доступа : http://www.elitarium.ru/firmennyj-stil-funkcii-elementy/

Іовова Марія
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філ.н., доц. Романюк Н.В.

ІЛЮСТРАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА КВАЛІМЕТРИЧНОЇ МОДЕЛІ ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАННЯ «УКРАЇНСЬКИЙ ТИЖДЕНЬ»

Вибір теми зумовлений популярністю журнальних видань і їхньою конкурентоспроможністю на вітчизняному ринку періодики. Те, що журнали й досі для багатьох залишаються важливим джерелом інформації й засобом проведення дозвілля, багато в чому залежить саме від якісного оформлення.

«Український тиждень» є популярним щотижневим ілюстрованим суспільно-політичним україномовним журналом, тому аналіз якості цього видання є **актуальним**. Мета дослідження – комплексний аналіз використання ілюстративного матеріалу на сторінках видання.

Кваліметрія – це наукова дисципліна, в межах якої вивчають методологію і проблематику комплексної, кількісної оцінки якості об'єктів будь-якої природи: одухотворених або неживих, предметів чи процесів, продуктів праці або продуктів природи, мають матеріальний або духовний характер. Одним з головних її завдань є об'єктивне встановлення рівня якості, якому повинна відповідати продукція, що випускається [1].

До основних компонентів кваліметричної моделі періодичного видання відносять формат і зовнішнє оформлення, які і є важливими параметрами якості видання. Велике значення у визначенні кваліметричної моделі видання відіграють графічні елементи та засоби, які використовуються при його оформленні. Усі елементи створення візуального складника журнальних видань повинні утворювати цілісну структуру графічних елементів у композиційно-графічній моделі видання [2].

Без застосування цих елементів неможливо створити якісну графічну модель журнального видання. Вони слугують для систематизування матеріалу на журнальній сторінці, виділення складників, на які потрібно звернути увагу читача, а також виконують художню функцію.

Графічні засоби створення візуального образу журналу «Український тиждень» характеризуються певними особливостями та специфікою використання. Так, на сторінках видання багато ілюстрацій до тексту, серед яких переважає фотографія, що візуалізує інформацію про об'єктивну дійсність.

Ілюстрації відіграють суттєву роль у конструюванні сторінки, поєднуючись з іншими елементами. Наприклад, до матеріалу «Або смерть» (№ 4 від 24-30 січня 2014 р.) подається повнокольорова фотографія на всю площу шпальти. У її верхній частині з вирівнюванням тексту вліво великим кеглем зазначена назва матеріалу, а меншою гарнітурою – лід до нього. До цієї ж статті подаються ще 11 фотографій різного розміру із зображенням подій Майдану 2014 р. Усі вони якісні, виконують функцію унаочнення текстової інформації. Публікація є фоторепортажем, тому текст тут – це другорядний елемент.

Поширений вид ілюстрації в аналізованому виданні – портрет. Подані переважно «анфас» (прямо) чи з невеликим поворотом. Такий вид зображень можна побачити на сторінках усіх номерів видання. Прикладом є велика портретна фотографія колишнього першого заступника голови військової розвідки М. Мельника, що супроводжує інтерв'ю «Микола Мельник: "Психологія мента та військового кардинально різна"» (№ 11, від 14-20 березня 2014 р.).

Ілюстрації є елементом реклами та анонсу статей. При створенні рекламних блоків застосовують зображення і невеликого формату, і розміром з усю шпальту. Так, у № 9 видання «Український тиждень» від 28 лютого – 6 березня 2014 р. подані ілюстрації, на яких надрукована текстова інформація про рекламований продукт чи подію. Вони є різними за розміром, розташовані за допомогою плашки, яка займає всю площу шпальти. На обох сторінках використовуються фотографії людей, пов'язаних із рекламованими подіями та продукцією.

Редактори послуговуються і карикатурою з метою урізноманітнити шпальту видання. Частіше вона розміщується до публікацій на політичні теми, надаючи їм іронічного забарвлення з елементами сарказму. Наприклад, до матеріалу «Сочі: тріумф чи банкротство?» на 40-41 сторінках № 6 від 7-13 лютого 2014 р. запропонована карикатура. Вона розміщена у верхній частині на розворі шпальт. На ній зображений президент Росії Володимир Путін у залізній кареті, набитої грошима. Карикатура овальною формою та не має визначених меж, чітка, повнокольорова.

Отже, в проаналізованому виданні візуальний і вербальний компоненти співіснують як рівні частини цілого. При підборі ілюстративного матеріалу до тексту надається перевага

портретним фотографіям і фоторепортажу. Мають місце і карикатури. Зображальний матеріал у журналі «Український тиждень» вдало підібраний до тексту.

Література

1. Азгальдов Г.Г. Общие сведения о методологии квалиметрии / Г. Г. Азгальдов // Стандарты и качество. – 1994. – № 11. – С. 30-36.
2. Ворона А. Г. Елементи створення візуального складника журнальних видань / А. Г. Ворона // Актуальні питання масової комунікації. – 2013. – № 14. – С. 99-102.

Пилипенко Яна
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

РЕДАКТОРСЬКА ПІДГОТОВКА КАЛЕНДАРНОГО ВИДАННЯ

Календар – невід'ємна частина життя активної людини. Виникнення календарів у всіх країнах світу тісно пов’язане з розвитком промисловості, у виробничій і фінансовій сфері потрібні були точні часові розрахунки й плани, тому ці видання увійшли в ужиток для щоденного використання [3, с. 15].

Сьогодні регулярно видають календарі, які містять велику кількість фактичних відомостей, цитат, цифрових даних і матеріалів, що стосуються знаменних і пам'ятних дат, пов'язаних із важливими історичними подіями, з біографіями видатних діячів минулого і сучасності. Будь-який календар виконує дві найважливіші функції – фіксація дат і вимірювання часових проміжків.

Нині календарі представляють собою яскраві багатокольорові видання різних конструкцій, форматів, видів, вони прикрашають стіни, столи, стійки офісів багатьох, підприємств, компаній і фірм. Найпоширенішими формами є табелі-календарі, відривні, перекидні, кишенькові (70х100мм), настінні (формат від А1 до А4), настінні перекидні (формат від А2 до А4), настільні (формат А4) календарі та календар книжкового типу. За періодичністю – календарі щорічні [2].

Як основний ілюстративний матеріал у їх оформленні використовують фотографії, малюнки, а роль другорядного елемента відіграє орнамент – шрифтовий і зображальний.

Відмінною ознакою календаря є його специфічна структура, яка передбачає перелік усіх днів року (суцільне датування) або вибірковий перелік окремих тематично близьких дат. Однак у будь-якому випадку інформація в календарі подається в хронологічній послідовності. Періодичність закладена в самій структурі видання, яка відтворює заданий часовий цикл у вигляді переліку місяців, чисел, днів тижня. Кількість і характер матеріалу, відібраного для календаря, залежить від його функціонального призначення, читацької адреси та інших характеристик [1, с. 97].

Головним завданням редактора є всебічний критичний аналіз змісту і форми календаря з метою його правильної оцінки і вдосконалення. Редакторський аналіз змісту рукопису – початкова, найважливіша стадія редагування, від якої залежить доля рукопису. Проаналізувавши, наскільки реалізований задум, оцінивши актуальність, фактографічну основу твору, логічність, доказовість суджень та ін., редактор може спрогнозувати вплив твору на читача, а потім зіставити передбачуване вплив з суспільно-необхідним результатом.

Так, наприклад, календар «Українське козацтво» є перекидним настінним. Тематика календаря – історія козацтва. Його цільове призначення – надати інформацію про видатних діячів запорізького козацтва. Видання розраховане на школярів, учителів і всіх, хто цікавиться історією. Складається з основного тексту, таблиці з датами та орієнтовними святкуваннями.

Структурною одиницею календаря є довідкова стаття, яка містить інформацію про того чи іншого діяча, фактичний матеріал, який і викликає зацікавлення читача до видання. Стаття містить три складових: дату; коротко сформульовану історію діяча та його портрет.

Наприклад, під портретом гетьмана Богдана Хмельницького розміщена дата та текст коротко сформульованої історії його діяльності, на другій сторінці розміщена календарна сітка.

Перший аркуш календаря – обкладинка, яка має чітко встановлену структуру: знизу назва видання та рік. По центру знаходиться відома картина запорізьких козаків, які пишуть листа турецькому султану.

У календарі зображені видатні українські козацькі політичні, військові та державні діячі, гетьмани Війська Запорозького: Богдан Хмельницький, Іван Мазепа, Юрій Хмельницький, Петро Конашевич-Сагайдачний, Данило Апостол, Павло Полуботок, Кирило Розумовський, Іван Скоропадський та ін. Це портрети, які супроводжують основний текст.

Для складання основного тексту використаний шрифти без зарубок, EpsilonCTT. Кегль – 30 пт, накреслення світле, пряме. Вирівнювання по ширині формату. Для набору чисел застосована гарнітура BirchCTT. Розмір кегля – 60 пунктів, вирівнювання по центру. Числа в календарі набрані чорним, білим і червоним кольором. Останнім виділені вихідні дні.

У ході аналізу видання фактичних порушень не виявлено, всі дати, відомості та імена вказані правильно. Календар зручний у користуванні, мобільна система ідентифікації розміщена продумано – поточне число видно здалеку, весь місяць на окремій сітці, лінійка та інші корисні деталі.

Сьогодні типи календарів розширюються, оновлюється їхнє оформлення у зв'язку з інноваційними технологіями в поліграфічній сфері, а отже, роль редактора набуває нового значення й ваги.

Література

1. Документознавство : курс лекцій / уклад. : О. Ю. Малюк, Н. М. Лєсовець, Г. Ю. Есаулова. – Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. – 227 с.
2. Календар [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://lira-print.com/index.php?id=116
3. Володомонов Н.В. «Календар: минуле, справжнє, майбутнє», 2-е вид., перероб. і доп. - М .: Наука. головна редакція фізико-математичної літератури, 1987. – 83 с.

Питель Олена
студентка 3 курсу фак-тужурналістики
Наук.кер.: к.н.соц.ком., ст.викладач Кондрико А.А.

ЗАСОБИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТЕКСТОВИХ ФЕЙКІВ У СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

Складність нинішньої політичної ситуації в Україні актуалізує проблеми об'єктивності та правдивості журналістської діяльності, особливо в аспекті інформаційних жанрів, що мають на меті висвітлювати реальний стан речей. У дослідників викликає занепокоєння не стільки сам факт наявності фейкових новин, скільки їх надмірна кількість в інформаційному просторі, аж до витіснення ними справжніх подій.

На нашу думку, найсуттєвішою провиною сучасних медійників є стабільне поширення неперевірених, але сенсаційних, резонансних новин. Це зумовлює необхідність виявлення та систематизації засобів ідентифікації неправдивих відомостей у сучасному мас-медійному середовищі, що і є метою нашого дослідження. До речі, варто зауважити, що верифікацією на фейковість успішно займається команда сайту «Stop.Fake» та окремі українські журналісти.

Сьогодні поняття «фейк» стало загальновідомим серед населення України. Англійське слово «fake» перекладається як «підроблений, фальшивий» [1].

Фейкові новини можна визначити як повністю або частково вигадануінформацію про суспільні події, явища, певних осіб, що подається у ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів. Часто вони носять гумористичний або сатиричний характер і створюються з метою висміювання або привернення уваги до важливих суспільних проблем чи тенденцій [2].

Фейки являють собою: 1) фотографії, оброблені за допомогою програм растрової графіки, на кшталт Adobe Photoshop; 2) відеоролики, змонтовані або зняті зовсім в інший час і в іншому місці; 3) фальшиві новини, які складно відрізнити від правди (те, що раніше називалося «газетними качками»);4) аккаунти у соціальних мережах, створені від імені, але без дозволу інших (як правило, відомих) людей. Не звертати уваги на фейки не можна, бо одна неправдива новина може спровокувати паніку в цілому регіоні [2].

Журналіст В. Хоменко подає таку систему засобів виявлення фейків: відповідність героїв новини і предмету коментування; наявність неоднозначних висловлювань, закликів до очевидних висновків; відсутність вказівки на джерела та/або посилання на авторитетів, офіційних осіб у широкому контексті; виражена апеляція до того, що факт є загальновизнаним або конструювання такого враження; використання готових тверджень без аргументації; застосування загального посилання на «західні» медіа для посилення авторитетності тощо [3].

Для аналізу нами було обрано аналітично-інформаційне видання «Украина.ру», що є антиукраїнським і охороняється Російською Федерацією. Враховуючи, що нині між країнами триває інформаційна війна, часто російські видання публікують неправдиву (недостовірну) інформацію щодо подій, які відбуваються в Україні. І видання «Україна.ру» не є винятком, хоча його редакція позиціонує себе дзеркалом російсько-українських відносин. Проте на сайті багато фейкової інформації і перш ніж сприймати її за істину, варто вдатися до верифікації.

Одним із прикладів є матеріал «Кравчук: Український Крим – це нереально», автори якого зазначають, що перший український президент Леонід Кравчук пропонує київській владі «бути мудрою» і надати Криму державну автономію в складі України. Таку думку політик висловив в інтерв'ю «5 каналу». Інформація була взята з відеоролику, переглянувши який, можна зрозуміти, що матеріал фейковий: президент окремо зауважив, що «він не хоче сказати, щоб Крим знову повернувся в Україну і був таким, як раніше. Це вже нереальне завдання, але політика повинна бути перезавантажена». Таким чином, у результаті зіставлення тексту публікації і змісту відеоролику, виявилося, що семантика вислову героя була деформована.

Ще одним яскравим прикладом «підробки» є замітка «Американські найманці влаштували дебош у Маріуполі», у якій цитують заступника начальника так званого штабу ополчення ДНР Едуарда Басуріна. За його словами, у місті Маріуполь у нічному клубі «Порт сіті» було помічено 17 військовослужбовців приватної військової компанії, ймовірно, громадян США. Доклавши зусилля, можна довести, що це неправдива новина: по-перше, у матеріалі відсутні фото- або відеодокази події (на сайті є тільки одна фотографія американських військових, не пов'язаних з місцем подій, бо навколишня обстановка не відповідає зазначеній); по-друге, пошуки в українському медіапросторі подібної інформації не дали результатів. Також у процесі аналізу відповідного Інтернет-контенту ми з'ясувати, що нічного клубу «Порт Сіті» в Маріуполі не існує, є ТРЦ «Порт Сіті», на порталі якого вказано, що він працює до 22:00. Отже, зрозуміло, що нічого подібного не могло статися.

Підсумовуючи, варто зазначити, що перед споживанням інформації реципієнту доцільно впевнитися у її правдивості за допомогою цілої сукупності методів, враховуючи специфіку конкретної ситуації. Найголовнішою умовою захисту від фейків є критичне ставлення до будь-яких повідомлень.

Література

1. Савош Я. Як ефективно гуглити і перевіряти інформацію / Я. Савош // MediaSapiens. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/yak_efektivno_gugliti_y_pereviryati_informatsiyu.

2. Фейк / Що це таке [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://chto-eto-takoe.ru/fake.

3. Хоменко В. Підробка, напівправда, правда: як розрізняти фейки / В. Хоменко // MediaSapiens. – 2015 [Електронний ресурс].– Режим доступу :

http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/pidrobka_napivpravda_pravda_yak_rozriznyati_feyki.
4. Шаровський О. Як розпізнати фейк / О. Шаровський // Stop.Fake. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/feykovi_novini_u_feykoviy_derzhavi.

Покровська Анна
студентка 3 курсу фак-ту журналістки
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Пирогова К. М.

СЛОВО ЯК ВИРАЖАЛЬНИЙ ЗАСІБ В УКРАЇНСЬКОМУ РАДІОПРОСТОРІ

Ще у минулому столітті науковці дійшли до висновку, що люди, слухаючи аудіоінформацію, представляють її в уяві. Подібну теорію висуває О. Гоян: «Людина в міру своїх можливостей намагається перевести звукові враження в зорові. Процес цей неминучий, він не залежить від бажання людини, бо виражає об'єктивну закономірність природи сприйняття навколишнього світу» [2]. Тож спрямоване на уяву радіоповідомлення викликає й емоції, й роботу мислення та фантазії.

Інформація, що лунує на радіо має ряд виражальних засобів, завдяки яким створює в уяві людини певний образ. На дві групи їх поділяє дослідник В. Лизанчук [3] Перша група стабільна – слово, музика, шум та документальні звукові записи, що зроблені поза територією студії. До другої ж групи належать певні технічні засоби роботи зі звуком (міксування, реверберація, синтез звуку, голосовий грим).

Попри те, що багато практиків і теоретиків вважають, що важливішим є те, як ми говоримо, не менш важливим є й те, що ми говоримо. Слово – одне зі складових, що створює звуковий образ радіостанції. Звуковий образ – це сукупність звукових елементів, що створюють у слухача асоціативні уявлення (в узагальненому вигляді) про матеріальні об'єкти, життєві події, характер людини. [4, с. 106] Практики радіомовлення вважають, для того, щоб створити ці самі уявлення, необов'язково використовувати надто великий склад словникової мови. Чим рідше використовується слово, чим незвичніше висловлювання, тим важче його засвоїти і запам'ятати. Тож на радіостанціях часто не тільки не уникають повторів, а й навпаки, намагаються акцентувати на них увагу. Наприклад, в інформаційному сюжеті «Що заважає бути здоровою і красивою? Лише 2% українок повноцінно піклуються про своє здоров'я» на радіостанції «РадіоЕРА» слово «здоров'я» і похідні від нього слова журналістка використовує вісім разів, слово «жінка» - шість. Двохвилинний матеріал «Залізниця стане доступнішою для інвалідів»містить сім похідних слів від «інвалід» і вісім від «залізниця». Такі словесні прийоми дозволяють створити візуальну картину у реципієнта.

Попри те, через величезний обсяг інформації, журналіст повинен шукати нові форми для її викладу, намагаючись не використовувати частовживаних слів, словесних кліше, штампів. В інформаційних передачах, що розраховані на масову аудиторію, лексика повинна бути загальновживана.

Для якісного звукового сприйняття інформації використовують невербальні мовні засоби радіомовлення: темп мови, сила звуку, висота тону, тембр голосу, ритм, інтонація голосу, наголоси, паузи тощо. Це дає змогу знайти найяскравіший ритміко-мелодійний рисунок мови. Вони пов'язані саме з рисами радіоведучого: характер, темперамент, настрій під час розмови. Звучання голосу завжди ненавмисне співвідноситься із іміджем диктора, змушує слухача домислювати візуальний вигляд, приписувати радіоведучому різноманітні інтелектуальні, моральні, ділові якості, поведінкові характеристики. Саме за голосом, який звучить в ефірі, слухачі дають певні оцінки: «ерудований», «добрий» тощо. Без невербально створеного підтексту існування радіообраз у зв'язку з акустичною природою радіомовлення просто неможливий. [1, с.157] Гарний, поставлений голос – запорука успіху людей багатьох професій, особливо теле- та радіожурналістів. Голос, який запам'ятовується – візитна картка радіостанцій. Часто саме за голосом диктора, його ім'ям вона ідентифікується. І коли такий

голос на радіостанції присутній, його популяризують іншими методами. Наприклад, на радіостанції «Стильное радио» ім'я Ольги Вороніної використовується у джинглах.

Яким би не був текст радіоповідомлення, чи природні характеристики голоса диктора, якщо темп звучання інформації буде зашвидкий чи надто повільний слухач не лише не створить образи, а й взагалі не буде слухати радіостанцію. Читаючи, людина засвоює у 2-3 рази швидше,аніж слухаючи. Вчені стверджують, що оптимальне сприймання і запам'ятовування текстів відбувається при темпі читання близько 122 слова на хвилину. Наприклад, у матеріалі «Пухнасті котики vs Степана Бандери, або крайнощі з перейменуванням Московського проспекту», що прозувчав на «Радіостанції ЕРА» нарахувано приблизно 145 слів на хвилину у дикторки Анастасії Бродзянської. У матеріалі «Пияцтву – бій! або З алкозамками в маршрутці безпечніше» тієї ж авторки – близько 130 слів на хвилину.

Швидкий темп буде збуджувати увагу й емоції слухачів, але сприйняття повідомлення буде неповним. За таких умов реципієнт не встигатиме осмислити повідомлення і зафіксувати його в пам'яті, адже об'єм людської пам'яті становить від 4 до 10 секунд, тож треба враховувати це при членуванні тексту на синтагми та фрази. Повільний темп ускладнить сприйняття тим, що не зверне увагу слухача.

Отже, інформаційні повідомлення в українському радіопросторі незовсім відповідають вимогам теоретиків. Причину цього можна вбачати в непрофесійній підготовці сучасних радіожурналістів, робота яких суперечить специфіці аудільного виду ЗМІ. Нехтування правилами роботи з виражальними засобами може призвести до занепаду радіопростору.

Література

1. Ваніна О.С. Значення голосу і манери говорити для теле– і радіожурналістів / О.С. Ваніна //Теле– й радіожурналістика : зб. наук.–метод. праць. – Львів : Львівський національний університет ім. І. Франка, 2002. – Вип. 4. – С. 155–158.
2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник / О. Я. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 190 с.
3. Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування. Підручник / В. В. Лизанчук. – Л. : ПАІС, 2000. – С. 211.
4. Радіожурналістика: Учеб. для студентов вузов, обучающихся на спец. «Журналистика» / Н. С. Барабаш, Л. Д. Болотова, В. В. Гаспорян и др.; Под. ред. А. А. Шереля. – М.: Изд–во Моск. ун–та, 2000. – 479 с.

Прохорович Олександр
студент 5-го курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Іванюха Т.В.

КОНВЕРГЕНТНІСТЬ ТА ЗМІСТОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНТЕНТУ «HROMADSKE.TV»

Головним продуктом «Громадського ТБ» є різноманітний відеоконтент, представлений переважно на сайті телеканалу. На головній сторінці сайту представлена повноцінна стрічка новин, публікації на якій є можливість відсортувати за популярністю і кількістю коментарів або за рубриками «Політика», «Економіка», «Суспільство», «Культура» та «Світ». Доступ до всього наповнення інтернет-ресурсу безкоштовний, у тому числі і для використання матеріалів іншими ЗМІ. Кожний регіональний пункт має свій окремий сайт, стрічку новин та унікальні програми. Наприклад, «Громадське.Запоріжжя», працює над різноманітними проектами «Громадське.Вєлік», «Громадське.Бездоріжжя», «Громадське.Weekend», «Життя спочатку», «Село Vie», «Діти війни», «XTOSHOw», «Hromadske.Active», «Новости из пальца», «Місто.Бруд», «Волонтери», «Незламні», «Місто з обмеженими можливостями», «Квартирник», «Місто.Люди» та «Журналістські розслідування».

Основний акцент «Громадське ТБ» робить на актуальності інформації. Коли в Україні трапляються значущі події, журналісти виходять в прямий ефір, щоб висвітлювати та обговорювати суспільні процеси. Контент «Громадського телебачення» складають окремі інтерв'ю, розслідування, репортажі, новинні блоки, які характеризуються неновинною формою подачі інформації, телемарафони з гостями студії. Включення кореспондентів-волонтерів із місць найбільш резонансних подій відбуваються у формі стріму – онлайн-відеотрансляції певних подій, доступної для перегляду у режимі реального часу через мережу Інтернет. Стрімери користуються переважно телефонами чи планшетами, що дає їм змогу не привертати до себе увагу та бути досить мобільними [1].

Наразі сітка каналу представляє собою телемарафони «Громадське. Online» з гостями зі студії і включеннями кореспондентів-волонтерів із місць найбільш резонансних подій. Зараз режим прямої трансляції складається з трьох блоків − ранкового, денного і вечірнього − 6:00-7:00; 9:30-12:00 і 19:00-21:00 відповідно. Решта часу в ефірі транслюються новинні блоки про тимчасово окуповані регіони «Громадське. Схід» і «Громадське. Крим», огляду міжнародних подій − «Громадське.Світ», журналістські розслідування у програмі «Слідство.INFO» на резонансні теми, програми «Схеми», «Наші гроші», «Громадське. Культура», «RE:ФОРМА», «Прокат», «Нова Рада» та повтори програм [2]. В прямому ефірі постійно присутній новинарний рухомий рядок, що лаконічно, оперативно та змістовно інформує глядача про події в Україні та світі.

Слід відзначити специфіку трансляції наживо телемарафонів «Громадське.Online», яка не передбачає попереднього запису, монтування відео і вирізання небажаних моментів, фраз чи питань, а являє собою постійну роботу в прямому ефірі. Крім цього, є можливість переглядати інтернет-телеканал наживо не тільки на офіційному сайті, де доступне коментування прямого ефіру авторизованими користувачами, а і на власному каналі в YouTube (329 467 передплатників) та замовити в пакетах каналів кабельного телебачення.

Новини максимально незалежні і критичні до будь-якої влади, метою яких є забезпечення громадян максимально правдивою, об'єктивною інформацією на відміну від державного мовлення, яке спрямоване на піар органів влади. У питаннях, які викликають суспільну дискусію, «Громадське ТБ» прагне до подачі в своєму ефірі різних точок зору, щоб глядачі могли поінформовано сформувати свою власну позицію. Точкою зору вважається чесна позиція експерта, активіста чи громадянина в неоднозначній темі. Маргінальні точки зору подаються з відповідним коментарем чи дисклеймером, аби глядачі могли адекватно оцінити суспільну вагу сказаного.

Журналісти «Громадського ТБ» поважають свою аудиторію і подають факти якомога точніше, не приховуючи їх за поширеними в українській журналістиці фразами на кшталт «усім відомі особи» чи «одна з організацій».

Невеликий термін існування телеканалу, незначні людські ресурси, недостатнє фінансування – все це поки що не дозволяє розгорнути повноцінну діяльність «Громадського ТБ» у різних жанрах журналістики. Дещо бракує глибинного аналітичного матеріалу, однак це пов'язано з великим масивом новинарної інформації.

«Громадське» відрізняється від інших орієнтацією на зміст тих процесів, які відбуваються у суспільстві. У цьому плані воно справедливо може сприйматись як «суспільство бачення», завданням якого є інформування глядача про навколишнє. На відміну від комерційного телебачення, яке, безумовно, має своє законне місце і право на існування, мовлення «Громадського ТБ» покликане применшити негативний вплив телебачення як специфічно розважального «напрямку у мистецтві» – шоу; зводить до мінімуму вплив політиків та «грошових мішків» на зміст програм; захищає телеглядача від суб'єктивності та заангажованості журналістів.

Наразі у проекту «Громадське ТБ» є необхідність подальшого розвитку та цілком реальна перспектива стати тим самим суспільним телеканалом, на який так багато покладено сподівань щодо порятунку українського медіапростору. Для цього воно повинне реалізувати необхідні якості суспільного телебачення – це організація його як загальнонаціональної

служби, підконтрольної суспільству; практична реалізація демократичного права на вільний доступ до інформації; захист національної та культурної ідентичності; висвітлення найбільш значущих суспільних позицій; представництво інтересів різних груп у рамках однієї програми.

Література

1. Стрім [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Стрім
2. «Громадське ТБ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.hromadske.tv/tv-schedule/

Романова Євгенія
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Пирогова К. М.

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТА (НА ПРИКЛАДІ НОВИН НА РАДІОСТАНЦІЇ «ЕРА-ФМ»)

Постановка проблеми полягає у визначенні ролі соціальних мереж у якості джерел інформації у радіопросторі України. Мета статті: виявити тенденції та вектори використання соціальних мереж як джерел інформації для радіожурналіста.

Тема соціальних мереж у ЗМІ є лакуною в українському журналістикознавстві. Однак вона була глибоко досліджена американськими та європейськими науковцями. Наприклад, Нік Ньюман у статті для Інституту журналістики «Reuters» акцентує увагу на питанні впливу соціальних мереж на розвиток традиційної журналістики [1]. Дослідник аналізує проблему на прикладі висвітлення протестів під час виборів 2009 року в Ірані,зокрема зазначає, що традиційні ЗМІ мають прагматичний підхід до використання соціальних медіа як джерел інформації: працівники CNN завжди вдаються до прийомів тріангуляції – перевірки відомостей за допомогою інших ресурсів. У статті наведено слова голови CNN's iReport Лайли Кінг, яка підкреслює, що журналісти CNN у висвітленні іранських виборів 2009 року використали лише 200 з 6000 релевантних матеріалів із соціальних мереж. У статті професора Амстердамського університету Томаса Поелла підкреслюється, що соціальні медіа, які однозначно змінюють форму традиційної журналістики, частіше за все бувають джерелами інформації саме у подієвих матеріалах[2]. Особливо акцентується увага на Твіттері, який надає максимально адекватний до використання у журналістських публікаціях контент.

Отже, у зв'язку зі стрімким розвитком і популяризацією соціальних мереж журналістам варто звертати на них увагу як на актуальні, оперативні, а часом й ексклюзивні джерела інформації.

Журналісти радіостанції «Ера ФМ» зазвичай при посиланні на соціальні медіа використовують синтаксичні конструкції: «Про це він написав на своїй сторінці у Твіттері», «На своїй сторінці у Facebook закликав», «Повідомляється на сторінці в соцмережі Facebook». У більшості матеріалів інформація з соціальних сторінок є додатковою або підкріплюється фактами з інших ресурсів.

Наприклад, у радіокореспонденції «Порошенко перерахував понад 58 тисяч гривень на благодійність за 2 місяці 2016-го» за 7 березня 2016 року [4] задля кращого сприйняття та деталізації матеріалу окрім даних з офіційних джерел було використано інформацію зі сторінки президента у Фейсбук: «У день народження на своїй сторінці у Facebook Петро Порошенко закликав долучитися до благодійного флешмобу, ініційованого його дружиною». Іноді записи у соцмережах можуть слугувати інформаційним приводом, це ілюстровано у матеріалі «Помер екс-нардеп від «Свободи» Олександр Шевченко» за 15 січня [3] – звістка про смерть діяча вперше надійшла саме з Фейсбук. Деякі з публікацій радіостанції не містять верифікації інформації або утилізації додаткових інформаційних ресурсів задля підтвердження даних. Наприклад, у матеріалі «Порошенко привітав Грибаускайте з Днем відновлення Литви» від 16 лютого 2016 року [5] єдиним джерелом інформації є Твіттер-

акаунт Порошенка. Це пояснюється тим, що сторінка президента, на яку посилаються у матеріалі, є офіційно підтвердженою адміністраторами Твіттер.

Отже, враховуючи оперативність, актуальність та ексклюзивність, соціальні мережі можна позиціонувати як джерела інформації для журналістських публікацій. Однак нерозкритими ще залишаються питання їхньої верифікації та тріангуляції.

Література

1. Newman N. The rise of social media and its impact on mainstream journalism //Reuters Institute for the Study of Journalism. – 2009. – Т. 8. – №. 2. – С. 1-5.
2. Poell T., Borra E. Twitter, YouTube, and Flickr as platforms of alternative journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests //Journalism. – 2012. – Т. 13. – №. 6. – С. 695-713.
3. «Помер екс-нардеп від «Свободи» Олександр Шевченко» – Радіостанція Єра ФМ. – 2016. – 15 січня
4. «Порошенко перерахував понад 58 тисяч гривень на благодійність за 2 місяці 2016-го» – Радіостанція Єра ФМ. – 2016. – 7 березня
5. «Порошенко привітав Грибаускайте з Днем відновлення Литви» - Радіостанція Єра ФМ. – 2016. – 16 лютого

Рудак Антон
студент 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.соц.ком., доц. Любченко Ю.В

АВТОРСЬКІ ПРОГРАМИ НА СУЧАСНИХ РОЗВАЖАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЯХ

Повноцінна робота сучасних інформаційно-музичних радіостанцій неможлива без авторських програм. Тому актуальним є вивчення сучасного стану авторських програм в ефірі комерційних радіостанцій.

Сучасне радіомовлення важко уявити без авторських передач. Г.В. Лазутіна під «авторською програмою» журналіста розуміє «створення власного твору (програми, циклу програм) для електронної (радіо, телебачення) преси, при якому журналіст приймає безпосередню участь в конструюванні та випуску цього твору, підбору теми, матеріалу та інформаційного приводу для нього»[3].

За О.Шерелем, авторська програма – це радіопередача, автор якої одночасно виступає в ролі її творця та ведучого, режисера, літературного та музичного редактора, коректора, а іноді і продюсера. Тобто автор радіопередачі цілком та повністю відповідальний за її виробництво: сам вигадує тему, сам пише текст, обирає музичний матеріал, обмірковує спеціальний джингл, іноді знаходить спонсорів. Відредагувати таку програму та вирішити, випускати її до ефіру чи ні, може тільки головний редактор або програмний директор[4].

На думку О.Шереля, авторська программа повинна підпорядковуватись формату тієї радіостанції де вона виходить.

Професор О.Гоян подає таке визначення формату: це профіль, спеціалізація радіостанції, що характеризується однотипним мовленням упродовж години, доби або тижня[2]. До критеріїв формату, окрім музики входять і авторські програми.

Авторські програми є задумані і втілені за індивідуальним проектом, що мають добову або тижневу динаміку виходу. Існує 8 типів авторських програм за О.Гояном: інформаційні, інформаційно-аналітичні,інформаційно-публіцистичні, культурно-просвітницькі, пізнавально-розважальні, дитячі, спортивні та ігрові. Авторські програми в ефірі музично-інформаційного радіо представлені не надто широко [2, с.112].

Ми розглянемо авторські передачі на прикладі проектів «Вечір з Катериною Осадчою» («Хіт ФМ») і «Кто пришел к Сивохо» (радіо «П'ятниця»). Обидві передачі створені в жанрі інтерв'ю.

Програма «Кто пришел к Сивохо»має хронометраж у дві години. Виходить у жанрі інтерв'ю. У перерві між новинами і піснями знаменитий ведучий спілкується із зірками шоу-

бізнесу та представниками цікавих професій. Наприклад, останнім часом до нього приходили телеведучий Олександр Педан, відомий шоумен Сергій Притула. А 25 лютого в гостях у Сивохи був відомий цирковий діяч України Микола Кобзов. Сергій Сивохо – гравець КВК, шоумен, актор, телерадіоведучий. Програма «Кто пришел к Сивохо» виходить щотижня в четвер з 15 до 17 години. Програми С.Сивохи проходять у жартівливій манері, бо ведучий сам є відомим гумористом. Іноді він дозволяє собі навіть не надто пристойні питання, якщо враховувати, що передача виходить вдень.

Схожою за форматом авторською програмою є «Вечір п'ятниці з Катериною Осадчою» на «ХІТ ФМ». Це така собі радіо версія популярного телевізійного шоу «Світське життя з Катериною Осадчою», що виходить на телеканалі «1+1». На цю радіопрограму, як і до попередньої, приходять цікаві відомі люди, зірки шоу-бізнесу. Програма виходить у жанрі інтерв'ю. Катерина розпитує гостей про життя та творчу діяльність. Програма виходить щоп'ятниці з 19 по 20 години.

К.Осадча досить екстравагантна ведуча. Вона у жодних зі своїх програм не обходить подробиці особистого життя знаменитостей. Зазвичай, ця інформація пов'язана з плітками та сенсаціями. Але при цьому, використовуючи у своїх програмах подібні відомості, К.Осадча не порушує етичних норм.

Отже, авторські програми на кожній радіостанції є зовсім різними. Це передусім залежить від формату радіостанції, аудиторії на яку вона спрямована та власне творчості ведучих. Авторська програма на радіо характеризується тим, що ведучий є керівником усього, що відбувається. При цьому, авторська майстерність виражається передусім у звуковому образі радіопередач. Звуковий образ залежить від теми, яку порушує у своїй програмі ведучий [1].

Жодна авторська програма не буде існувати успішно, якщо у ведучого не буде своєї родзинки. Це може бути особливий гумор, навіть епатаж. Саме тому, ведучими авторських програм зазвичай є відомі люди, що збільшує рейтинг передачі на радіостанції.

Література

1. Мірошниченко П.В. Авторське радіомовлення в Україні: спроба типологізації / П.В.Мірошниченко // Діалог: Медіа-студії: збірник наукових праць – Одеса : Астропринт, 2010. – Вип. 11. – С.74–С.81.
2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: Підруч / О.Я.Гоян. – 2-ге вид., доповн. – К. : Веселка, 2004. – 225 с.
3. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. [Електронний ресурс] / Г.В.Лазутина – Режим доступу: http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=120.
4. Радиожурналистика: Учебник / Под ред. Шереля А.А. – М. : Изд-во Моск. Гос. Унив-та, 2000. – 480 с.

Снурницин Станіслав
магістрфак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Полякова Г.О.

РОЛЬ «НОВИХ МЕДІА» В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Нові ЗМІ - широкий термін, який з'явився в кінці XX ст., щоб охопити об'єднання традиційних ЗМІ, таких як фільм, зображення, музика, промовлене і написане слово, з інтерактивною владою комп'ютерної технології та комунікаційних технологій, що з'явились завдяки комп'ютеру, що найбільш важливо, з появою Інтернету [1].

Соціальні медіа стали невід'ємною часткою сучасного суспільства. існують такі соціальні мережі, де зареєстрованих користувачів більше, ніж населення багатьох країн. Є сайти для завантаження фотографій, відеофайлів, сервіси змін статусу, сайти для зустрічей із новими людьми і для знаходження старих друзів.

Приклади сучасних «нових ЗМІ»: «Facebook», «LinkedIn», «MySpace», «Twitter».

«Facebook» в 2004 р. створено як соціальну мережу для студентів Гарварда, але він швидко розповсюдився на інші університети і школи. У 2008 р. ця соціальна мережа стала найпопулярнішим сервісом на той момент. «Facebook» не дозволяє такі ж налаштування зовнішнього вигляду профілю, як і «MySpace». Однак, у «Facebook» користувачі можуть розміщувати фотографії, відеофайли та іншим способом змінювати вигляд своїх профілів.

Користувачі мають кілька різних варіантів спілкування один з одним. доступні особисті повідомлення, також можна написати на стіні іншого користувача. Користувачі можуть із легкістю змінити свої налаштування конфіденційності та дозволити різним користувачам побачити різні частини своїх профілів на основі існуючих взаємовідносин (основними налаштуваннями конфіденційності є «тільки друзі», «друзі друзів» і «все»).

«LinkedIn» була створена в 2003 р. і стала однією з перших соціальних мереж, присвячена бізнесу. Із самого початку вона дозволяла користувачам створювати профіль (звичайне резюме) і спілкуватися один з одним за допомогою особистих повідомлень.

Поступово були додані також інші функції, включаючи групи, форуми питань і відповідей і розширені функції профілів, включаючи оновлення статусу в реальному часі.

Соціальна мережа «MySpace» була заснована в 2003 р. і до 2006 р. стала вже однією з найпопулярніших у світі.

«MySpace» відзначилася тим, що давала користувачам можливість повністю налаштувати зовнішній вигляд своїх профілів. Вони також могли завантажити музичні композиції на «MySpace» і додати в свої профілі відеофайли з інших інтернет-ресурсів.

Спочатку «MySpace» дозволяла спілкуватися за допомогою особистих повідомлень, коментарів, залишених на профілі користувача, і оголошень, що відправляються всім друзям, під час реєстрації користувач отримує свій власний блог.

У 2006 р. «MySpace» представила «MySpace IM», клієнт миттєвих повідомлень, який дозволяв користувачам спілкуватися зі своїми друзями.

Оновлення в реальному часі стали новою нормою в соціальних медіа. Із появою сервісу «Twitter» у 2006 р., поновлення статусу стали новою нормою в соціальних медіа. Наразі майже всі соціальні мережі мають функцію оновлень статусу в реальному часі.

«Twitter» був заснований в 2006 р. і отримав велику популярність. Він породив інші сайти та додатки, стаючи більше платформою, ніж простим сервісом. Існують клієнтські програми для оновлення Twitter-акаунтів, сервіси для стеження за оновленнями твіттів і сервіси для постингу фотографій і відеофайлів безпосередньо на Twitter.

Соціальні засоби масової інформації надали користувачам мережі Інтернет можливість швидко і легко викладати свої медіасюжети під власними іменами. Отже, соціальні медіа запропонували своїй аудиторії, багато в чому розчарованій у традиційних ЗМІ, принципово нові інструменти взаємодії та участі. Для того щоб опублікувати свій текст, вже не треба було працювати в редакції газети або журналу, володіти специфічними знаннями і навіть талантом - Інтернет відкрив широкі можливості для молодих авторів.

Підводячи підсумок всьому вищесказаному, можна зробити кілька невеликих висновків: «нові ЗМІ» завоювали свою аудиторію за відносно невеликий період і продовжують збільшувати її і в наш час; розвиток «нових ЗМІ» розширює можливості доступу суспільства до інформації, збільшується швидкість її поширення; у зв'язку з останніми революціями (Єгипет, Лівія, Сирія), зростає роль комп'ютерних технологій в сфері державного політичного управління; завдяки використанню «нових ЗМІ» спрощується завдання мобілізації населення з метою здійснення ним конкретних дій (організація масових громадських виступів, страйків і т.д.); із розвитком «нових ЗМІ» збільшується відповідальність політиків, державних службовців за прийняті ними рішення, так як це може спричинити за собою бурхливе обговорення в мережі Інтернет і, згодом, перенестися на вулицю у вигляді громадських заворушень; із іншого боку, «нові медіа» - це втілення одного з принципів демократії - плюралізму; сьогодні «нові медіа» користуються популярністю у

молодого покоління більше, ніж у старшого, старше покоління віддає перевагу традиційним засобам масової інформації.

Література

1. Новые СМИ // Encyclopedia Encydia [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ru.encydia.com/en/

Мачигін Сергій
магістрант 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: д. н.із соц..ком., проф.Березенко В.В.

ТЕМАТИКА ТА ЗАСОБИ АРГУМЕНТАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

Стрімкий розвиток ринку зовнішньої реклами в столиці й регіонах надає можливість обирати максимально відповідні формати для розміщення комерційних чи політичних пропозицій. У залежності від товару, що рекламується, можливі десятки форматних рішень, що дозволять якнайбільше привернути увагу та викликати довіру цільової аудиторії: «Крім найбільш популярного спрямування зовнішньої реклами – білбордів 6×3, існує безліч медіа-напрямків, в яких контакт із споживачем якісніший. Максимальний ефект досягається із застосуванням таргетингу: ТРЦ, ВНЗ, кінотеатри, вокзали, аеропорти, транспорт і т.п. Наприклад, якщо реклама на зупинках громадського транспорту й усередині них швидше привертає увагу жінок, то чоловікам більше подобається велика реклама на стінах будинків (брандмауери)» [1].

На території м. Запоріжжя розміщується зовнішня реклама, що є частиною загальнонаціональних кампаній (відомі торгові марки продуктів харчування), а також реклама регіональних і місцевих рекламодавців (приватні підприємства, місцеві розважальні заклади, ресторанні й готельні комплекси, регіональні відділення банків тощо).

Реклама вздовж Соборного проспекту справедливо вважається найпрестижнішою. В умовному центрі міста, у безпосередній близькості до великих торгівельних центрів, інших престижних закладів і визначних топографічних об’єктів (торгівельний центр «Україна», готель «Інтурист», кіно-концертний зал ім. О. Довженка, ресторан «Аристократ», площа ім. В. Маяковського) розміщується реклама фінансових установ, магазинів брендового одягу та аксесуарів, комп’ютерної техніки й мобільних телефонів. Ця реклама є переважно іміджевою, тобто такою, що спрямована на створення позитивного образу рекламодавця та нагадування про його товари, послуги [2]. Особливості іміджевої реклами полягають в тому, що вона зазвичай не подає жодних прямих аргументів на підтвердження висловлених рекламних тез. Аргументація іміджевої реклами прихована в візуальному ряді, в образі, що пов’язаний з важливими особистісними цінностями, яким відповідає рекламований продукт. Адресат такої реклами має заздалегідь сформоване іміджем марки ціннісне ставлення до продукту. Непряма, м’яка аргументація іміджевої реклами звертається до мотивів і цінностей, пов’язаних із самоствердженням, самореалізацією, само сприйняттям споживача.

Зовнішня реклама – канал, який часто використовується при просуванні марок мобільних телефонів, стимулюванні акцій мереж мобільного сервісу. Така реклама теж об’єднує «2 в 1»: просуває конкретну марку мобільного телефона та закликає відвідати салон мобільного зв’язку. Іншим варіантом є рекламування суто бренду комп’ютерної і мобільної техніки. Постійними рекламодавцями також є гіпермаркети електроніки й побутової техніки, серед них мережі «Фокстрот» і «Comfy». Зазвичай засобами зовнішньої реклами вони повідомляють про ті чи інші акційні пропозиції, послуги кредиту та розстрочки на певні групи й марки товарів. Така реклама традиційно побудована на раціональних аргументах – ціни, відсотків, терміну виплати кредиту, знижках. Цифри в рекламі завжди привертають увагу, але в композиційному просторі зовнішньої реклами важливо виділити їх за допомогою розміру, кольору, шрифтових можливостей. У «Comfy» вже давно вироблені свої підходи до

подачі такої інформації – це винесення ключової комерційної пропозиції у візуальний центр повідомлення, оформлення важливих цифрових позначень масивним жирним шрифтом у жовтих овальних плашках. Реклама мережі «Фокстрот» виглядає у порівнянні з «Comfy» не так ефектно, хоча й оформлена з домінуванням яскравого червоного. Як і в рекламі «Comfy», наводяться раціональні аргументи – повна ціна, кредитний платіж, а також технічні характеристики представленого на зображенні товару. Реклама продуктів харчування, розміщена на зовнішніх площах міста, зазвичай належить до всеукраїнських кампаній. Часто макети такої реклами розробляються в складі комплексних кампаній, тобто окрім зовнішньої існують інші види реклами, насамперед телевізійна. Це й призводить до того, що на білбордах з'являються статичні кадри, вирізані з телевізійних роликів. Такі повідомлення просто підтримують телевізійну комунікацію, нагадують про пропозицію в умовах міста, але не наділені достатнім переконувальним впливом.

Отже, основне завдання зовнішньої реклами – впливати на широкі верстви населення, закріплювати позитивний образ відомих брендів, нагадувати про існування товару або послуги, повідомляти про вихід нового продукту від товаровиробника. Специфіка зовнішньої реклами та вимоги до її створення визначаються такими особливостями: масштабність рекламної площі, віддаленість від реципієнта, мимовільність та обмеженість часу сприймання, безвибіркове охоплення аудиторії, співіснування з іншими елементами міського ландшафту. Ці особливості зумовлюють і комунікативні стратегії, які використовуються при створенні різних видів зовнішньої реклами, зокрема й прийоми втілення комерційної пропозиції.

Література

1. Кнорре К. Наружная реклама / К. Кнорре. – М. : Бератор-Пресс, 2002. – 192 с.
2. Крепак А. Аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку зовнішньої реклами [Електронний ресурс] / А. Крепак. – Режим доступу : http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/EPSAE/article/view/4457/4585

Вітренко Владислав
студент 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: д.н.із соц.ком.,проф. Березенко В.В.

РОЛЬ ФІРМОВОГО СТИЛЮ У ПОЗИЦІОНУВАННІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

«Корпоративний» або «фірмовий» стиль часто розуміється як набір словесних і візуальних констант, що забезпечують єдність сприйняття товарів, послуг, інформації, що виходять від фірми чи торгової марки до споживача. Корпоративний стиль - це сукупність прийомів, що забезпечують єдиний образ всім виробам фірми і заходам; поліпшують сприйняття і запам'ятовуваність споживачем не тільки товарів фірми, але і всієї її діяльності; а також дозволяють протиставляти свої товари і діяльність товарам і діяльності конкурентів [2, с.125].

Фірмовий стиль – це основа всієї комунікаційної політики фірми, один з основних засобів боротьби за покупця [1]. Тільки на основі єдиного корпоративного стилю можливе створення «фірмового» товару, тобто робота на ринку відповідно до концепції «brand name».

Мета фірмового стилю - закріплення у свідомості покупців позитивних емоцій, пов'язаних з оцінкою якості продукції, її бездоганності, високого рівня обслуговування та забезпечення продукції підприємства і самого підприємства особливою впізнаваністю. Наявність фірмового стилю непрямо гарантує високу якість товарів і послуг, так як воно свідчить про впевненість його власника в позитивному враженні, яке він справляє на споживача.

Цілісність існування фірмового стилю забезпечується наявністю фірмових констант, до яких відносять наступне.

Товарний знак – це зареєстроване в установленому порядку оригінальне оформлене зображення, яке використовується для виокремлення товару і послуг фірми та для реклами.

Логотип – це оригінальне зображення або скорочене найменування фірми, товарної групи, виробленою даною фірмою, або одного конкретного товару, що випускається нею. Як правило, логотип складається з 4-7 букв. Приблизно чотири товарні знаки із п'яти реєструються саме у вигляді логотипу.

Фірмовий лозунг (слоган) – постійно використовуваний фірмою оригінальний девіз. Деякі слогани реєструються як товарні знаки. Слоган може містити основні принципи та особливості діяльності фірми.

Фірмовий блок являє собою традиційне, часто вживане поєднання декількох елементів фірмового стилю, наприклад, може включати фірмовий знак або логотип, назву підприємства, поштові, банківські реквізити, перелік товарів і послуг, рекламний символ фірми, слоган.

Корпоративний герой – важлива частина іміджу фірми. Комунікатор ніби персоніфікує сам себе, розробляючи постійний, стійкий образ свого представника. Дуже часто він наділяється деякими рисами, які комунікатор прагне включити в свій імідж. Корпоративний герой – це частина корпоративної міфології. Його мета – викликати симпатію.

Постійний комунікатор, на відміну від корпоративного героя, є реальною особою. Це конкретна людина, яка вибрана фірмою як посередник при її комунікації з адресатом. Більш поширені визначення цього поняття як «обличчя фірми», «бренд-імідж», «ікона фірми». Іноді фірма використовує зовнішню привабливість посередника [3]. Однак приваблива зовнішність – не єдиний критерій. У деяких випадках фірму комунікатора можуть привабити професійні якості людини, його компетентність. Тоді його риси проектуються на образ власника фірмового стилю.

Фірмовий колір є найважливішим елементом айдентики. Колір робить елементи фірмового стилю більш привабливими, дозволяє зробити сильний емоційний вплив та краще запам’ятатися.

Фірмовий комплект шрифтів може підкреслювати різні особливості образу марки, вносити свій внесок у формування фірмового стилю. Завдання розробників фірмового стилю знайти «свій» шрифт, який вписувався б в образ марки.

Фірмовий стиль повинен бути: адекватним – відповідати реально існуючому образу організації; оригінальним – відрізнятися від образів інших фірм (товарів), особливо однотипних; пластичним (динамічним) – ніколи не застаріти, не вийти з моди і в той же час здаватися незмінним; мати чітку адресу – бути привабливим не для всіх загалом, а тільки для обраної цільової групи впливу; легко впізнаваним – сприяти легкому впізнанню певного товару (фірми, послуги). Елементи фірмового стилю повинні асоціюватися саме з конкретною компанією і стати основою його позиціонування.

Література

1. Березенко В. В. Стратегічне управління комунікаціями як головний напрям PR-діяльності/ В.В. Березенко// Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Соціальні комунікації - №1. – 2012. – С. 141-145.

2. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – Москва: КНОРУС, 2006. – 672 с.

3. Крылов А. Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов / А. Н. Крылов. – М.: Икар, 2004. — С. 72.

Керімов Руслан
магістрант 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: д.н.із соц.ком.,проф. Березенко В.В.

ПІДПРИЄМСТВА РКЛАМНОЇ ГАЛУЗІ: ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

Рекламні агентства – це такі професійні організації, які надають своїм клієнтам повний або обмежений обсяг послуг з планування і проведення рекламних кампаній, а також окремих її заходів, наприклад, розробки чи розміщення (або того та іншого разом) замовлень у засобах масової інформації [1, с. 173]. Це незалежна організація, що спеціалізується на розробці, підготовці, виробництві та розміщенні рекламного продукту [4, с. 50].

Будучи безпосередньо залученими в рекламний процес, рекламні агентства виконують такі основні функції: взаємодіють із засобами масової інформації, розміщуючи в них замовлення й контролюючи їх виконання; створюють рекламну продукцію на основі отриманих від рекламодавців замовлень, розробляють плани комплексних рекламних кампаній, інших рекламних заходів, використовуючи потенціал як творчих, так і технічних фахівців; ведуть розрахунки з рекламодавцями і засобами масової інформації; співпрацюють з друкарнями, студіями, рекламними комбінатами, позаштатними фахівцями [3, с. 220].

Форми організації, структура й типи рекламних агентств змінюються з розвитком рекламної галузі. Традиційна класифікація рекламних агентств була розроблена в американській маркетинговій літературі, вона ж представлена в більшості російських та українських підручників з рекламної справи. Так, підприємства рекламної діяльності класифікуються за обсягом наданих послуг (з повним чи обмеженим циклом послуг), за видами (універсальні та спеціалізовані), за територіальною ознакою (місцеві, регіональні, міжнародні) тощо.

Поняття рекламного агентства повного циклу й універсальної агенції іноді ототожнюються [4, с. 55]. Повний цикл послуг у діяльності рекламного агентства передбачає дослідження, планування, творчу діяльність, виробництво рекламних засобів, а також послуги нерекламного характеру: забезпечення паблік рилейшнз, розробка упаковки, організація виставок-продажів, презентацій. Описуючи структуру класичного агентства повного циклу, зарубіжні автори зазначають також, що такі організації мають власну службу з ведення рахунків клієнта, відділ, що займається внутрішнім відстеженням реалізації проектів, підрозділи для розробки медіапродукції [5, с. 138]. Рекламні агентства повного циклу можуть концентрувати свою діяльність на споживацькій рекламі, що розрахована на широку цільову аудиторію, або на промисловій рекламі, тобто робота з фірмами-клієнтами, що виробляють продукцію для реалізації іншим підприємствам. В обох випадках рекламне агентство пропонує повний рекламний супровід – від розробки рекламної концепції до реалізації конкретних заходів рекламної кампанії та оцінки її ефективності.

Типовою є спеціалізація рекламних агентства за напрямами діяльності: медіаагентства, займаються медіадослідженнями та медіапланування, виготовленням та розміщенням реклами в ЗМК (серед них – баінгові, що надають лише послуги із розміщення реклами, та селерські агентства, які продають рекламні можливості медіаканалу); креативні агентства (розробка та виробництво насамперед рекламної продукції); рекламно-дизайнерські та рекламно-виробничі фірми; фірми, що надають для рекламної діяльності матеріали й обладнання; творчі майстерні [4, с. 60–61].

Щоб бути успішним в умовах жорсткої конкуренції на ринку комунікаційних послуг, рекламним агентствам необхідно прагнути до чіткого позиціонування у свідомості своїх цільових аудиторій. Стратегії позиціонування забезпечують відмінність від конкурентів, а також зміцнюють взаємовідносини з клієнтами, допомагають формувати їхню лояльність, утримують співробітників та підвищують в їхніх очах цінність агентства як місця роботи [2]. рекламна та PR-діяльність є неодмінними складовими позиціонування й іміджування рекламного агентства, зокрема на регіональному ринку. Розширення пакету послуг,

включення в клієнтський портфель провідних підприємців регіону, підтримка й просування власних мережевих ресурсів, розвиток супровідних інформаційних проектів, участь у національних рейтингах та інші PR-активності дозволяють підвищити конкурентоспроможність рекламного агентства та закріпити його позитивний імідж в уявленні цільових груп громадськості.

Література

1. Лук'янець Т. Рекламний менеджмент : навчальний посібник / Т. Лук'янець. – К. : КНЕУ, 2003. – 440 с.
2. Мельникович О. Позиціонування підприємств рекламної галузі: сутність та стратегії / О. Мельникович // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 3. – Т. 1. – С. 124–134.
3. Панкратов Ф. Основы рекламы : учебник / Ф. Панкратов, Ю. Баженов, В. Шахурин. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 532 с.
4. Пономарева А. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности / А. Пономарева. – М. : ИКЦ «МарТ» ; Ростов н/Д : издательский центр «МарТ», 2004. – 240 с.
5. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб. : Издательство «Питер», 1999. – 736 с.

Галич Марина
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. н. із соц. ком.,доц. Любченко Ю.В.

НЕМАРКОВАНА ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА У ЗАПОРІЗЬКІЙ ПРЕСІ В ПЕРЕДВИБОРЧИЙ ПЕРІОД

Період передвиборчих перегонів в українському інформаційному просторі найчастіше відзначається переважанням замовних матеріалів та реклами над власне журналістськими текстами. Особливо це стосується регіональних друкованих ЗМІ, які перетворюються на рекламні видання перед виборами. Причина такої тенденції у тому, що сьогодні друковані видання, а тим більше регіональні, є збитковими. Тому редакції шукають можливості заробити на передвиборчій кампанії. Частина з них намагається дотримуватись стандартів журналістики та українського законодавства – збільшують кількість сторінок газети, маркують рекламні матеріали. Інша частина – цих норм не дотримується.

Мета: дослідити друковані видання запорізького регіону на предмет дотримання ними правил маркування політичної реклами в період передвиборчої агітації (з 5 вересня по 13 листопада 2015 року).

Під час передвиборчих перегонів ми спостерігали велику кількість немаркованої, чи прихованої реклами. Приховна реклама – інформація про особу у програмі, передачі, публікації, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може вводити в оману осіб щодо дійсної мети таких публікацій [2]. У статті 9 Закону України «Про рекламу» зазначено: «реклама має бути чітко відокремлена від іншої інформації, незалежно від форм чи способів розповсюдження, таким чином, щоб її можна було ідентифікувати як рекламу. Матеріал, у якому привертається увага до конкретної особи чи товару та який формує або підтримує обізнаність та інтерес глядачів (слухачів , читачів) щодо цих особи чи товару є рекламою і має вміщений під рубрикою «Реклама» чи «На правах реклами». Прихована реклама забороняється» [1].

У журналістських колах приховану рекламу зазвичай називають словом «джинса». За версією журналістів Інтернет видання «Телекритика» – це джинси, в кишеню яких кладеться гонорар за підготовку та/або розміщення замовних матеріалів [3]. На наш погляд, «джинса» – це матеріал на замовлення, проплачений матеріал, який навмисно видають за звичайний журналістський текст інформаційного характеру, що має низький рівень соціальної важливості.

У своєму дослідженні ми звертали увагу на ознаки прихованої реклами, до яких зокрема належать: Матеріал відстоює або просуває інтереси лише однієї сторони конфлікту; подібного змісту матеріал надрукований в інших ЗМІ або в попередніх номерах того ж ЗМІ; експертами є особи, які некомпетентні коментувати подію або процес; безпідставно акцентується увага лише на позитивних або негативних характеристиках суб'єкта; матеріал містить елементи, які сприяють політичній підтримці суб'єкта (політика, партії, блоку партій); «протокольні» матеріали з заходів політиків, в яких відсутня суспільно важлива новина. [4].

Ми проаналізували по 10 выпусков кожної з газет "МИГ", "Субота +", "Запорізька правда", "Панорама", "Мрія", "Наше время +", які вийшли протягом двох турів передвиборчих перегонів місцевих виборів 2015 року. Виявилось, що найбільш відкритим для політичної джинси була газета "МИГ", на її сторінках були опубліковані «джинсові» матеріали від всіх кандидатів за винятком Олександра Сіна та Миколи Фролова. Найбільше замовних матеріалів у першому турі виборів було опубліковано на користь кандидата в мери м. Запоріжжя Ярослава Гришина – 35. Його опонент Володимир Буряк з'являвся на сторінках преси у немаркованих матеріалах 30 разів. Натомість політичні партії, які змагалися за прохід у міську раду, значно частіше публікували замовні матеріали. Так, наприклад, партія «БПП – Солидарність» за 7 тижнів першого туру 58 разів ставала суб'єктом у немаркованому рекламному тексті. Тоді як «Опозиційний блок» – 46 разів. Всього за 45 відведених законом для агітації днів першого туру виборів у 6 газетах були опубліковані 364 тексти з ознаками прихованої політичної реклами і 42 незбалансованих тексти.

У другому турі виборів (з 23 жовтня по 13 листопада), коли за посаду мера м. Запоріжжя змагалися кандидат від «Опозиційного блоку» Володимир Буряк та Микола Фролов «БПП – Солидарність», у шести проаналізованих газетах ми не виявили жодного агітаційного, тобто маркованого відповідно до закону, ні «джинсового» матеріалу Миколи Фролова. Натомість Володимир Буряк заповнив друковані видання у немаркованих публікаціях. У другому турі найбільше текстів з ознаками «джинси» ми виявили у газеті «Панорама» – 14. З перерахунку на один номер, в середньому**,** в газеті з'являлися по чотири таких матеріали**.** Натомість «МИГ» опублікував за три тижні усього три немаркованих матеріали на користь Володимира Буряка в одному номері. «Субота+» розмістила чотири таких матеріали, але кожен по дві шпальти у трьох випусках. Усі три тексти виявились ідентичними з тими текстами, що публікували в газеті «МИГ». Видання «Наше время +» оприлюднило п'ять текстів з ознаками замовної політичної реклами у трьох номерах. Видання «Запорізька правда» і газета «Мрія» зовсім не публікували «джинсу» на користь Володимира Буряка у другому турі**.** Загалом у шести газетах за три тижні другого туру виборів ми виявили 26 публікацій з ознаками замовності на користь Володимира Буряка.

Відповідно до проведеного дослідження ми дійшли висновків, що запорізькі періодичні видання порушують закон, вдаючись до публікації немаркованої політичної реклами. Також, порушуючи стандарти і принципи журналістики, ЗМІ формують відповідну громадську думку і можуть впливати на перебіг і результати виборів.

Література

1. Закон України «Про рекламу» від 3.07.96 No271/ 96-ВР. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80.
2. Иванова К. А. Англо-русский словарь по рекламе и паблик рилейшнз (с толкованиями)// К. А. Иванова. – СПб.: Политехника, 1998.
3. Сайчук А. Що таке «джинса» і з чим її їдять? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://imi.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=178347&Itemid=1.
4. Методика проведення моніторингу публікацій у ЗМІ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://imi.org.ua/methodsofmonitoring/41073-metodika_provedennya-monitoringu-materialiv-drukovanih-zmi-na-predmet-porushennya-jurnalistskih-standartiv.html.

Усатова Ніка
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук.кер.: к. філол. н., доц. Романюк Н. В.

КОЛІР ЯК ЗАСІБ АТРАКЦІЇ ТА ОФОРМЛЕННЯ В АНАЛОГОВОМУ ВИДАННІ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «MEN'S HEALTH»)

Із появою кольорового друку засоби масової інформації отримали можливість ще більше зацікавлювати та впливати на потенційних реципієнтів. Протягом кількох десятиліть працівники медіа та психологи активно досліджують вплив кольористики на сприйняття людиною тієї чи іншої інформації, а редакції періодичних видань використовують кольорові виділення у своїх цілях. Вивченням значення кольорової гами для зовнішнього вигляду видання та впливу на аудиторію займалися такі науковці, як Н. Аландаренко, О. Буковецька, В. Шевченко та інші. Кожне якісне видання, як оригінальне, так і аналогове, намагається дотримуватися певної традиційності та зберігати один кольоровий стиль через увесь примірник від випуску до випуску. На території України широкої популярності набув аналоговий журнал «Men's health», який наслідував американський однойменний оригінал. До сьогодні детально не досліджено, наскільки кольоровий спектр оригінального видання знайшов своє відображення на шпальтах аналогового, адже відомо, що психологія сприйняття людини також залежить від території проживання. Це і визначає актуальність нашого дослідження.

Метою роботи є порівняння кольористики в оформленні оригінального та аналогового видання «Чоловіче здоров'я» («Men's health») за 2014 рік.

Об'єктом – аналогове журнальне видання в Україні «Men's health» за період червень-серпень 2014 року.

Колір у журнальних виданнях є чи не одним із найважливіших засобів привернення уваги. Адже, на відміну від газетних видань, журнали сповнені графічних елементів і барвистих виділень. Усі вони покликані зацікавлювати читача та допомагати в ідентифікації змісту повідомлення, що розміщене на шпальті [1]. Колір співвідноситься з образами, наприклад, «садова свіжість» відображається у світло-зеленому, «гірська прохолода» – у блакитному, а «сувора мужність» – у темно-синьому чи фіолетовому. Також колір по-різному сприймається різними групами людей, що і відображено в журнальних виданнях [2]. Так, жіноча аудиторія тяжіє до більш пастельних, помірних кольорів, тоді як чоловіки частіше звертають увагу на яскравішу, «бадьорішу» кольористику видання. Бажанню відпочивати активно відповідають яскраві, насичені кольори – червоний, жовтогарячий, жовтий [2].

З іншого боку, оформлення сторінок журналу залежить від його тематичного наповнення та потенційної читацької аудиторії, тобто враховують, які чоловіки будуть читати його – стримані джентльмени чи енергійні жителі мегаполісу.

Якщо ми говоримо про журнал «Men's health» як про аналогове видання, то закономірним буде припущення, що аудиторія в оригінального та українського видання однакова – це чоловіки, які сприймають журнал як засіб відпочинку та розслаблення. Але з огляду на кольорове оформлення обкладинок, рубрик і статей, виникають певні сумніви щодо цієї думки. Для прикладу візьмемо випуски американського та українського журналів «Men's health» за жовтень 2014 року. Уже з першого погляду на обкладинку виділяємо відмінність у кольорах. Так, оригінальна обкладинка містить зелені та чорні кольори, більш стриману гаму, що не впадає в око, а м'яко акцентує увагу на важливих місцях сторінки. Українська ж палітурка вирізняється червоними та яскраво-жовтими кольорами, а блакитні цифри контрастують на білому фоні. Це свідчить про те, що редакція аналогового видання одразу ж, з першої сторінки, створює образ енергійності та прагнення до дії у свого читача.

Використання підкладок у коротких рубриках – постійне явище в журнальних виданнях. Але навіть тут простежуються відмінності в кольорі: в оригінальному виданні здебільшого застосовують чорні й сині підкладки, а в українському – жовті або помаранчеві.

Спортивні сторінки, які покликані надавати енергії та стимулу до фізичної активності, в американському варіанті журналу також виділяються стриманістю та відносною тьмяністю, а спортивні сторінки українського видання характеризуються вдалим контрастом блакитного, зеленого та білого кольорів. Поряд розміщене зображення спортсмена в яскравій футболці, що також привертає увагу реципієнта при побіжному читанні журналу. Спільна кольорова гама в оформленні обох видань зберігається на кулінарних сторінках. Обидва варіанти журналу містять жовті, зелені, червоні кольори, які стимулюють почуття голоду. Це підкріплюється зображеннями готових страв і має свій питомий ефект.

Таким чином, далеко не завжди аналогове видання наслідує оригінальне з тематичного боку, не дублює і оформлення. На нашу думку, відмінність у кольористиці зумовлена особистими уподобаннями читацької аудиторії, менталітетом реципієнтів та індивідуальним задумом дизайнерів. Мета оригінального видання журналу «Men's health» – емоційний відпочинок і духовне виховання читачів, а аналогового українського – стимулювання у своєї аудиторії почуття підвищеної життєвої енергії та бажання діяти.

Література

1. Іщик А. Композиція друкованого журнального видання (на прикладі проекту журналу для студентів «Гуртожиток») [Електронний ресурс] / А. Іщик. – Режим доступу : http://intkonf.org/ischik-ao-kompozitsiya-drukovanogo-zhurnalnogo-vidannya-na-prikladi-proektu-zhurnalu-dlya-studentivgurtozhitok/
2. Шевченко В. Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання / В. Шевченко // Українська академія друкарства. Наукові записки. Серія «Соціальні комунікації». – Вип. №2 (51). – 2015. – С. 139-147.

Хіжняк Дар'я
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Полякова Г.О.

ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Політична рекламна комунікація різниться від комерційної тільки одним – товаром, що тут рекламується, є людина. При цьому, як і у звичайній рекламі, в рекламі політичній на перший план виходять не загальні характеристики об'єкта, а його переваги для конкретних виборців. Політична партія має чітко підкреслювати те, як ідеї її лідера поліпшать життя пересічних громадян. Отже, проблема влади цілком аналогічна проблемі продажу товару.

Так само аналогічною є й методологія створення іміджу політика. Недарма, починаючи з 50-х років XX ст., американці вважають, що вони «продають» своїх майбутніх президентів, створюючи політикам бажаний імідж. І справді, вже в 1933-1934 рр. з'явилася перша професійна іміджева фірма Вайтекера і Вакстера, яка забезпечувала перемогу республіканців протягом наступних двадцяти років. Ця каліфорнійська фірма з 1935 по 1958 р. спланувала 75 значних політичних кампаній і перемогла у 90 % таких кампаній. У 60-х рр. фірми політичної реклами почали з'являтись у значній кількості.

Серед дослідників сутності рекламних технологій, їх застосування у політичній діяльності та характеристик політичної реклами як політичної технології слід відзначити таких авторів, як Г. Алмонд, Г. Ашин, В. Бебик, М. Варій, М. Головатий, А. Дейман, Е. Єгорова-Гантман, О. Зернецька, Л. Климанська, Г. Ласуел, С. Лісовський, Г. Почепцов, Р. Ривз, О. Соловйов, Ч. Фоєрстоун, С. Чемекова, І. Шовкун, Дж. Херманн, Д. Яковлев та ін.

Загалом, політична реклама – це комунікаційне повідомлення, яке має свою структуру з трьох основних компонентів: 1) когнітивний, який дає споживачеві нові знання, інформацію; 2) афективний, який формує необхідне емоційне ставлення до електорату; 3) регулятивний, що стимулює до конкретних дій.

Сучасна політична рекламна комунікація має такі відмітні особливості:

– товаром, що рекламується, є людина або певна соціальна філософія, а не продукт, послуга чи підприємство;

– тривалість політичної рекламної кампанії, як правило, обмежується точно визначеним часом;

– у політичній рекламі найгострішими проблемами є морально-етичні, бо успіх чи неуспіх політичної рекламної кампанії завжди має далекосяжні наслідки для великих груп людей, а іноді для всієї країни;

– створення іміджу політику або політичній партії є не замінником політики, а тільки додатком до неї;

– створення іміджу політику або політичній партії треба починати задовго до початку виборчої кампанії.

Отже, форми й види політичної реклами не піддаються суворій звітності. Їх вибір залежить від мети та завдань політичного PR-проекту, фінансових можливостей рекламодавця, а також від досвіду й творчого натхнення його політконсультантів.

Для преси основними є оголошення, рекламні модулі (які можуть містити і листівкові, і плакатні, й інші варіанти, що мають площинне втілення), а також весь спектр газетно-журнальних жанрів, які несуть рекламну ідею.

За типом взаємодії з аудиторією, характером спілкування, контактом (безпосереднім або опосередкованим) є такі види рекламних звернень:

1. Політичні оголошення, заклики, політичні листівки, афіші, плакати, буклети, брошури, карикатури, фотопортрети.

2. Поштові надсилання (особисті листи, листівки тощо).

3. Мітинги й організовані зустрічі політиків із виборцями, індивідуальні контакти з виборцями.

4. Сувенірні наклейки, значки, календарі, поліетиленові пакети, ручки, футболки – все, що містить політичну символіку.

5. Зовнішня реклама: щити, плакати, розтяжки, відеоекрани, світлові табло, об'ємні форми тощо.

В сучасному інформаційному просторі України, зокрема під час останніх політичних перегонів до органів місцевої влади відмітними особливостями рекламної комунікації була повна відсутність інформаційного контенту, адже, як зазначає Вадим Міський з Реанімаційного Пакету Реформ, який послідовно обстоює заборону політичної реклами: «Виборець не може подумати головою, тому що не отримує інформації. Замість політичних стратегій йому дають емоції» [1].Повністю розділяємо думкуукраїнської дослідниці Н. Лютко про те, що політична реклама в Україні має такі особливості: «застосування реклами як основного інструменту маніпуляції; використання у виборчих кампаніях прийомів НЛП, ериксонівських методів, методу «навішування ярликів», «ефекту ореола», прихованої реклами, рейтингів, соціологічних досліджень [2] тощо.

Отже, із процесу прозорого й переконливого спілкування рекламна комунікація сучасних політичних баталій в Україні перетворена на перформанс, основна роль у якому відведена ляльководам, що в черговий раз розігрують спектакль під традиційною класичною назвою «Обирай майбутнє», в якому немає інтриги й альтернативи, а лише емоції й повтори.

Література

1. Жуган В. Приречені на популізм. Коли зникне політична реклама [Електронний ресурс] / Вікторія Жуган. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/daidzhest/print/110187

2. Лютко Н.В. Політична реклама у виборчих технологіях : нормативні виміри та принципи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Наталія Віталіївна Лютко. – Львів, 2008. – 20 с.

Цемеринова Лілія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Романюк Н.В.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В ІНОЗЕМНИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «THE NEW YORK TIMES»)

Останні роки для України стали переломними. Через трагічні та гучні події в нашій країні новини про Україну стали посідати топові місця на шпальтах періодичних видань не лише на наших теренах, але й за кордоном. Однак робота над створенням образу України у світі буде безуспішною, поки позитивне сприйняття держави буде надбанням вузького прошарку політичної, бізнесової та журналістської еліти, що співпрацює з владою, а не спирається на оцінки експертів і громадську думку. Тільки за таких змін позитивний імідж держави може стати фактом міжнародного інформаційного процесу [2].

Запропонована тема є сьогодні надзвичайно актуальною, адже ми живемо у глобальному світі, що повністю просякнутий інформаційними потоками, які загалом і створюють картину світу, формують образ певної держави та політичних лідерів. Метою статті є аналіз трансформації образу України за 2014-2015 роки на шпальтах газети «The New York Times».

Цього року в іноземних медіа змінився фокус висвітлення українських подій. Аналізом цих змін займалися такі відомі діячі, журналісти та експерти: оглядачка відділу міжнародної політики газети «Дзеркало тижня» Тетяна Силіна, журналістки-міжнародниці з «Громадського ТБ» Наталя Гуменюк і Тетяна Огаркова, редактор інтернет-видання «Європейська правда» Сергій Сидоренко, перший заступник директора Інституту світової політики Сергій Солодкий, науковець і директор видавництва «Дух і Літера» Костянтин Сігов, письменник Юрій Андрухович та багато інших [3].

Так, за 2014-2015 роки на сторінках газети «The New York Times» було опубліковано близько 3260 статей, у яких висвітлювалося питання України. Більшість матеріалів написана власними кореспондентами видання. Авторами деяких статей стали фрілансери з інших країн. Щодо їх тематичного наповнення, то понад 50% статей присвячено політиці, трохи менше місця відведено економічній тематиці, і невеликий відсоток матеріалів (менше 15%) висвітлює культурне, наукове та спортивне життя України. Такий тематичний розподіл можна вважати традиційним, проте статті, опубліковані за 2014 та 2015 роки, показали, що акценти в подачі українських подій змінилися. Наприклад, у 2015 році на шпальтах обраного видання вже менше пишуть про Україну, ніж це було в 2014. Якщо за період 2014 року статей, присвячених подіям в Україні, було опубліковано 2213, то за 2015 рік – лише 1050. Такий показник є досить суттєвим. Це проблема й виклик для українського суспільства. Адже втримати увагу та підтримку міжнародної аудиторії на фоні глобальних проблем – непросто.

Цей факт напряму пов'язаний з діяльністю або ж, у більшості випадків, з бездіяльністю українського уряду, про що неодноразово писали у своїх статтях журналісти газети у 2015 році. Через це змінилися і теми матеріалів за два аналізованих роки. Головними темами 2014 року були: революційні події, «Євромайдан», анексія Криму Росією та початок бойових дій на Донбасі. Зауважимо, що в статтях помітна неабияка підтримка з боку американців і уряду США. З розвитком цих подій увага «The New York Times» до України посилювалася, кількість статей зростала.

Проте 2015 рік змінив тематичні тенденції. Конфлікт між Росією та Україною поглиблювався, воєнний стан набирав обертів, Мінські перемовини не давали очікуваних результатів – усе це почало викликати сумніви в кореспондентів видання, про що вони і писали на сторінках газети. Згодом порушення перемир'я на Донбасі журналісти почали розглядати радше як локальний конфлікт, який не впливає на глобальні міжнародні процеси, тому все менше підіймали цю тему у своїх статтях [3]. Негативне ставлення до політики Росії у видання не змінилося, проте позитивного про Україну в 2015 році писали небагато.

Головними темами цього року стали: криза, боротьба з корупцією, неспроможність впровадження реформ. Також ряд статей були присвячені конфліктам між українськими посадовцями, що ніяк не покращує образ України.

Важливими для формування позитивного образу України є й опубліковані в 2015 році матеріали, які змальовують потужну культурну хвилю, сформовану в ці складні часи. «The New York Times» анонсували вихід у світ фільмів, присвячених подіям в Україні, розповідали про безліч благодійних виставок, аукціонів, концертів та інших заходів, а також про безперервну волонтерську діяльність небайдужих українців.

Отже, у 2014 році Україна постала як країна, яка більше не може мовчати, вона готова до змін і здатна боротися за свою цілісність і незалежність, що викликало неабияке схвалення і підтримку світової спільноти. У 2015 році в закордонних ЗМІ ажіотаж навколо подій в Україні трохи спав, і стало виникати все більше питань, чи виправдовує український уряд сподівання свого народу, і чи правильно Україна розпоряджається тим, що має.

Література

1. Гривінський Р. У західних медіа відсутня тяглість у висвітленні українських подій / Р. Гривінський // День. — 2014. — № 27.
2. Україна в дзеркалі західних ЗМІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/POLITICS/ukrayina_v_dzerkali_zahidnih_zmi.html
3. 2015 рік: як змінився імідж України в іноземних ЗМІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу:http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/government/2015_rik_yak_zminivsya_imidzh_ukraini_v_inozemnikh_zmi/

Цибульська Ангеліна
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук.кер: к. н. соц. ком, ст. викладач Кондрико А. А.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОРМ РЕДАГУВАННЯ НА ШПАЛЬТАХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ (СВІТОГЛЯДНИХ) ВИДАНЬ

Щороку в Україні з'являється безліч періодичних видань. Популярності набувають журнали світоглядної тематики, найголовніше завдання яких – формування уявлення про добро і зло, щастя і нещастя, мету і сенс життя [1], виховання читацької аудиторії, реалізація можливостей людини, культурне просвітництво, розкриття сенсу життя. Світоглядні журнали актуальні для тих людей, які шукають свою власну дорогу, готові розширювати межі звичних їм речей, у кого є необхідність краще зрозуміти себе й адаптуватися до подій, що відбуваються навколо, взяти на себе відповідальність за власне життя [2].

Мета дослідження – визначити особливості редагування світоглядних журналів. Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

1) охарактеризувати поняття «світоглядний журнал»;

2) проаналізувати дотримання норм редагування на шпальтах світоглядних журналів «Kinfolk» (США) та «La Boussole» (Україна).

Предметом дослідження є реалізація норм редагування у світоглядних журналах на прикладі «Kinfolk» та «La Boussole» (за 2014 та 2015 роки).

Серед основних норм, що використовують у процесі редагування повідомлень, науковець З. Партико виділяє інформаційні, лінгвістичні, психолінгвістичні, логічні, композиційні, етичні, естетичні, наукові, політичні та юридичні [3].

Так, на його думку, дотримання інформаційної норми полягає в тому, щоб повідомити реципієнтам лише нову та цінну для них інформацію, а також ущільнити інформацію повідомлення [3].

Щодо композиційної норми, то логіка матеріалу має відповідати композиції повідомлення, а запропонований автором ступінь складності останньої – можливостям реципієнтів її сприйняти. Композиція повідомлення повинна враховувати рівень підготовки

реципієнтів, для яких воно призначене: чим складнішою є композиція, тим більшої попередньої підготовки вона вимагає від реципієнтів.

Дотримання естетичної норми редагування передбачає виконання ілюстрації для повідомлення гармонійними або нюансними (різними відтінками одного кольору) кольорами. Тип гарнітури, яким набрано текст, повинен поєднуватися з його стильовими особливостями, а також стилем виконання ілюстрацій. У повідомленнях не слід використовувати компоненти, що в суспільстві переважно визнають вульгарними чи потворними.

Перше, на що звертає увагу читач, відкриваючи американський журнал «Kinfolk», – зовсім інша якість паперу, оформлення та фотографій. Оскільки самі категорії прекрасного важко піддаються формалізації, то й норми для них нечисленні; їх можна варіювати у широких межах. Гортаючи це світоглядне видання, читач повністю задовольняє свою потребу у прагненні до прекрасного, що є доказом дотриманням естетичної норми редагування. Інформаційна норма, на нашу думку, переважно витримана, проте у притаманній світоглядному виданні манері. Про це свідчить використання популярного напрямку у фотографії – фуд-фотографії (від англійського терміну – food photography). Щодо змістовного наповнення, то воно цілком відповідає заявленій тематиці журналу. Також варто зазначити, що «Kinfolk» має суттєве порушення композиційної норми редагування: замалий кегль шрифту.

Порівняно з «Kinfolk», українське світоглядне видання є більш інформативним та корисним у аспекті практичних навичок. На сторінках «La Boussole» є публікації, присвячені сучасним українським проектам та заходам, що дає читачам змогу дізнатися про те, що відбувається у нашій країні вже сьогодні.

Щодо композиційної норми, то текст публікацій необтяжений складними термінами, а логіка композиції повідомлення кожної публікації відповідає запропонованому авторами ступеню її складності.

Говорячи про естетичну норму редагування, то у журналі є деякі порушення щодо оформлення: за загальними стандартами, текст має бути легким для читання, проте у журналі доволі часто використовується темний кольоровий фон, а літери друкуються чорним шрифтом, що ускладнює читабельність тексту.

Отже, світоглядна журналістика – це вербально-візуальна сфера відображення та пояснення фактів, явищ, тенденцій, що моделюють історичний, сучасний і прогностичний образи світу, відтворюють динамічні процеси суспільства в субстанційних категоріях. Світоглядні журнали – це не лише пояснення узагальнених знань, цінностей, переконань, настанов, а реальна готовність людини до певного типу поведінки у конкретних обставинах.

Проаналізувавши два світоглядні журнали – «Kinfolk» та «La Boussole» – на дотримання норм редагування, ми з'ясували, що, на жаль, незважаючи на те, що коштують журнали такого типу досить дорого, вони мають суттєві недоліки: друкарські помилки, замалий розмір кеглю, дисгармонію у використанні кольорів, що порушує не тільки естетичну норму редагування, а й призводить до проблем із реалізацією інформаційної норми.

Література

1. Серажим К. Структура публіцистичного тексту: загальні підходи до текстологічного аналізу / К. Серажим // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – С. 103–114.
2. Сторож В.Розробка власного видання. Концептуальний аспект журналу для молоді / В. Сторож [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mybiblioteka.su/7-18420.html.
3. Партико З. Загальне редагування: нормативні основи : [навч. посібник] / З. Партико. – Львів : Афіша, 2001. – 416 с.

Шагабудтдинова Ельміра
студентка 5 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: д.філол.н, проф. Семенець О.О.

ПОЛІТИЧНА ДЖИНСА В ГАЗЕТАХ «МИГ» ТА «СУББОТА ПЛЮС»

Сьогодні медіа-експерти відзначають стрімке зростання кількості замовних матеріалів в українських ЗМІ. Сленговим словом «джинса» журналісти називають проплачений матеріал або зумисно приховану рекламу. Це текст, за який журналіст, редактор або інший працівник ЗМІ отримує неправомірну вигоду, і який не завжди містить достовірну, тим паче об'єктивну, інформацію.

Розміщення прихованих замовних матеріалів без позначки «на правах реклами» широко практикується в запорізьких ЗМІ,що зумовлює актуальність обраної теми.

Питанням журналістської етики присвячені дослідження Г. Лазутіної, О. Кузнецової, В. Іванова. Проблему «джинси» в друкованих ЗМІ вивчали С. Колодницька, Г. Шумицька, Ю. Гордійчук.

Основним засобом впливу на громадську думку є прихована політична реклама, оскільки вона справляє кращий ефект, ніж пряма (не так наполегливо акцентує увагу виборця й агітує за певного кандидата завуальовано). Політична джинса з'являється на сторінках друкованих ЗМІ у вигляді інформаційних та аналітичних жанрів. Проте матеріали, надруковані «на замовлення», не завжди мають позначку «На правах реклами» або ж значок «Р». Автори маскують їх під звичайний публіцистичний текст, використовуючи усі правомірні та неправомірні засоби впливу на аудиторію [2].

До політичної джинси дослідники відносять: статті, які насправді пишуть прес-служби політичних партій чи окремих політиків; оприлюднення соціологічних досліджень сумнівних фірм; псевдоаналітику маловідомих авторів, що підписуються «політологами»; публікацію різноманітних «листів від… (робітників, колективів)» [4].

Прихована політична реклама в друкованих ЗМІ часто змальовує «безхмарне майбутнє», яке може стати реальністю після виборів, таким чином вводячи аудиторію в зону психологічного комфорту. Цей принцип і використовується при маніпуляції. Довго витримати дискомфортний стан важко, людська особистість починає шукати вихід і, якщо маніпуляція вдалася, вибирає вчинок або поведінку, що вигідні маніпуляторові [3].

Газети «МИГ» та «Суббота плюс» – провідні інформаційно-аналітичні тижневики області, що конкурують між собою. Обидва видання виходять російською мовою та широко висвітлюють події регіонального і всеукраїнського значення, політику, економіку, соціальну тематику, спорт, культуру, освіту, дозвілля. В «паспортах» газет дрібним шрифтом зазначено, що публікації під рубриками «Бизнес-ракурс», «Пресс-факт» («МИГ»), «Достойно внимания», «Актуально» («Суббота плюс») можуть друкуватися на правах реклами і не є думкою редакції.

У жовтні 2015 року відбулись чергові місцеві вибори. Проте перші замовні матеріали політичної спрямованості почали друкуватися в цих газетах ще за 8-9 місяців до голосування. Видання розміщували такі види політичної реклами, як примітивна (поздоровлення зі святами, тільки слогани); антиреклама опонентів; концептуальна реклама (виклад найважливіших ідей кандидата); «особисті свідчення» («прості люди» позитивно відгукуються про кандидата чи його програму); «нейтральний репортер» (майже не відрізняються стилістично від тих, що готуються журналістами видання та маніпулюють свідомістю читачів, у яких складається враження, що автор об'єктивно інформує про позитивні риси кандидата).

Постійними замовниками політичної реклами були А. Яценюк та О. Ляшко. Характерно, що в газетах «МИГ» та «Суббота плюс» розміщувались одні й ті самі матеріали, очевидно написані штатними журналістами прес-служб політиків. На замовний характер публікацій вказує різкий контраст при описі діяльності рекламованих особистостей (занадто позитивно, досягнення перебільшуються) та їх опонентів. Заголовки такі: «Правительство

сражается за лучшее завтра» («МИГ». – № 12. – 19.03.2015. – С. 6), «Олег Ляшко позбавляє бюрократів, прокурорів та суддів величезних пенсій» («Суббота плюс». – № 17. – 08.06.2015. – С. 2), «Малоимущие получат помощь правительства» («МИГ». – № 13. – 26.03.2015. – С. 5), «Путин задействовал против Яценюка армию марионеток?» («Суббота плюс». – № 16. – 16.04.2015. – С. 5), «Партія Ляшка у парламенті: перші перемоги» («МИГ». – № 23. – 16.08.2015. – С.4) [1, 5, 6, 7, 8].

Серед кандидатів місцевого рівня найбільше приховану політичну рекламу в газетах розміщували В. Буряк, М. Фролов, Р. Шурма, Я. Гришин, В. Богуслаєв, П. Сабашук та багато інших. Основними темами, на яких будували свій піар політики, були обіцянки про прихід «нової команди», підтримка місцевих підприємців, проблеми ЖКХ, медицина та ветерани. Найчастіше автори звертались до жанрів замітки, статті та інтерв'ю. Замовні тексти мали ряд спільних ознак: заголовки у вигляді цитат, що розпочинались ім'ям політика; постановочні фото (обличчя крупним планом); ПІБ та посада кандидата, політичні слогани в тексті виділені жирним шрифтом.

Матеріали про діяльність В. Буряка в обох виданнях друкувались найчастіше, проте писали їх різні автори, що зумовило різницю в жанрах та стилі викладу. Крім того, публікації про «головного інженера» суттєво відрізнялись від прихованої реклами інших запорізьких політиків. По-перше, використовувалась широка жанрова палітра: новинні замітки, звіти, репортажі, кореспонденції, інтерв'ю, проблемні статті. За формою викладу тексти відповідали стилістиці видань. По-друге, в публікаціях відсутній занадто позитивний опис кандидата та його діяльності – навпаки, про політика згадувалось побіжно, а цитата самого В. Буряка могла складатись з 2-3 речень (найчастіше в кінці).

По-третє, всі фото В. Буряка мали суттєві відмінності від загальноприйнятих у політичній рекламі (постановочні, «одна голова») – навпаки, кандидат постійно зображувався у русі (йде, говорить, тисне руку, виступає з трибуни, вручає подарунки) та в колі людей (медиків, робітників заводу, жителів, пенсіонерів). Крім того, більшість рубрик, у яких подавались джинсові тексти про політика, не були «рекламними»: «Сделаем вместе», «Последний звонок», «Будь здоров», «Доброе дело» тощо. Використання таких прийомів дозволило уникнути «рекламного фільтру» (намагання захиститися від безперервного потоку рекламної інформації), який виникає у свідомості читача, коли ЗМІ перед виборами перевантажені політичною рекламою.

Отже, прихована політична реклама є дієвим засобом впливу на громадську думку електорату. У запорізьких виданнях політичну джинсу розміщували політики регіонального та всеукраїнського рівня. Найчастіше використовувались такі види прихованої реклами, як текстова та текстово-зображувальна. Замовні матеріали мали ряд характерних ознак, проте недосвідченому читачу, як правило, важко відрізнити проплачені тексти від справжніх журналістських.

Література

1. «Правительство сражается за лучшее завтра // «МИГ». – № 12. – 19.03.2015. – С. 6.
2. Гордійчук Ю. Типові ознаки прихованої реклами в друкованих журналістських матеріалах / Ю. Гордійчук // Український інформаційний простір. – Випуск 5, 2014. – С.284-289.
3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – [3-е изд.]. – Москва : Речь, 2003. – 304 с.
4. Колодницька С. Як розпізнати джинсу в газеті / С. Колодницька. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.ukrrudprom.com/digest/YAk_rozpznati_dginsu_v_gazet.html
5. Малоимущие получат помощь правительства // «МИГ». – № 13. – 26.03.2015. – С. 5.
6. Олег Ляшко позбавляє бюрократів, прокурорів та суддів величезних пенсій // «Суббота плюс». – № 17. – 08.06.2015. – С. 2.
7. Партія Ляшка у парламенті: перші перемоги // «МИГ». – № 23. – 16.08.2015. – С. 4.
8. Путин задействовал против Яценюка армию марионеток? // «Суббота плюс». – № 16. – 16.04.2015. – С. 5.

Шмалько Оксана
студентка 3 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.н.соц.ком., ст. викладач Кондрико А.А.

ОФОРМЛЕННЯ ОБКЛАДИНКИ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЖУРНАЛІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Потужна конкуренція спонукає редакторів внести якісні зміни у видавничий бізнес, зокрема, і в оформлення журналів: йдеться про індивідуалізацію «обличчя» видання, тенденцію до створення такого зовнішнього вигляду, що надасть читачеві можливість швидко впізнати друкований продукт за візуальними ознаками, вигідно вирізнятиме його серед інших.

Мета дослідження полягає у систематизації композиційно-графічних особливостей обкладинок сучасних суспільно-політичних журнальних видань. Досягнення поставленої мети передбачає виконання комплексу завдань:1) окреслити специфіку візуального сприйняття обкладинки періодичного видання; 2) визначити характерні риси дизайну обкладинки суспільно-політичних журналів України та США.

Серед сучасних дослідників графічного оформлення періодичних видань особливе місце посідають С. Галкін, С. Гурєвіч, Е. Лазаревич, О. Рожнова, А. Шевченко, В. Шевченко та ін.

Значна частина візуального стилю журналу зосереджена на обкладинці, що має бути звичною для реципієнта у результаті використання стабільного макету, постійності розміщення всіх елементів, дотримання однакових принципів композиції, ідентичності шрифтів, кольорів тощо.

Роль правил оформлення журнальної обкладинки відіграють композиційні закономірності візуальної цілісності дизайну: симетрія, асиметрія, ритм, метр, контраст, нюанс, подоба, масштаб та ін. Усі елементи видання – зображальні, декоративні, шрифтові, пластичні, структурні, пробільні, кольорові та ін. – перебувають у визначеній системі зв’язків, оскільки вони є в будь-якій композиційній структурі [2].

Для практичного аналізу нами було обрано суспільно-політичні журнали «Український тиждень» та американський «TIME».

Так, незмінними елементами обкладинки «Українського тижня» є логотип у верхній частині видання та анонсовий текст на напівпрозорому тлі. Такий прийом дозволяє виявити структурний каркас:зонування сторінки за допомогою локальних колірних плашок. Перенесення текстової частини у єдину зону робить обкладинку функціональною і легкою для сприйняття.

Також журналу притаманна тенденція до постійних змін стилю обкладинки, періодичний характер яких дає змогу корелювати стилістику оформлення з економічним чи політичним сьогоденням. Така відкритість художньої форми відображає нові тенденції, стаючи свого роду віддзеркаленням подій шляхом застосуванням нових стилів і форм.

Ілюстративна ж частина обкладинки журналу вирізняється динамічністю: тут можуть розміщувати і фотографії, і колажі, іноді навіть вдаються до прийомів типографіки, замальовок та карикатур. На нашу думку, ілюстрації, виконані в різних техніках, значно збагачують художність і фактуру суспільно-політичного періодичного видання. З іншого боку, журналу додають своєрідної естетики математично вивірена пропорційна система та логічність побудови. Естетизація впорядкованості, чистоти і структурності композиції позитивно відбивається на просторових характеристиках обкладинки. Отже, дизайнери журналу «Український тиждень» у процесі його підготовки беруть за основу системність, гармонійність, адекватність, зручність навігації, читабельність і послідовність сприйняття, вдало урізноманітнюючи стилістику оформлення із номера в номер.

Для американського журналу «TIME» характерною є наявність на обкладинці загальновідомого персонажа, типового представника певної професії або роду діяльності. Оперуючи фотографією як максимально зрозумілим засобом інформування, дизайнери

зберігають тільки ті деталі та атрибутику, що можуть допомогти розкрити зміст зображення або передати характер персонажа.

Для текстів обкладинки використано лише два кольори: червоний та чорний, що повністю пов’язує текстовий елемент з рамкою червоного кольору і надає завершеності. Логотип може розміщуватись безпосередньо на фотографії або частково ховатися за портретом, однак він виділяється яскравим червоним кольором та об’ємним накресленням. Такий прийом дозволяє зберегти просторову глибину, а отже, і реалістичність журнального образу.

Характерними рисами стилю є стилістична нейтральність і ненав’язливість окремих елементів (наприклад, шрифту), що сприяють підсиленню архітектонічності і цілісності загального композиційного рішення.

Таким чином, результати дослідження обкладинок сучасних суспільно-політичних видань засвідчують, що базовим акцентом їх дизайну є зображення, стилізація якого надає повсякденному, репортажному або типовому зображенню символічності й естетичної цінності. За рахунок промальовування форми безпосередньо на фотографії чи посилення її контрастності, тонування несподіваними кольорами, неодноразового дублювання об'єктів виявляється мистецтво оформлення сучасних подій.

Література

1. Рожнова О. История журнального дизайна / О. Рожнова. – М. : Университетская книга, 2009. – 272 с.

2. Шевченко В. Наукові принципи застосування візуального контенту в друкованих медіа / В. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 52. – С. 127-132 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_23.

Штифуник Арина
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.н.соц.ком, ст. викладач Кондрико А. А.

ОБКЛАДИНКА ЖІНОЧОГО ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛУ: ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ

Ще за радянських часів глянцеві журнали набули значної популярності серед населення України (особливо її жіночої частини), навіть порівняно зі своєю батьківщиною – Західною Європою. Сьогодні на ринку такої журнальної періодики простежується розширення їх тематичної палітри, системи елементів оформлення, засобів привернення читацької уваги тощо. Кожне видання має свої неповторні зміст та дизайн, а особливу роль відіграє обкладинка, призначенням якої є стимулювання у покупця бажання обрати саме це видання серед інших. Тому тема обкладинки жіночого глянцевого журналу залишається в центрі уваги багатьох дослідників, серед яких С. Айвазова, А. Гофман, С. Добкін, А. Жукова, В. Здоровега, А. Сидоров, І. Скляр, В. Шевченко.

Метою нашого дослідження є виявлення основних особливостей оформлення обкладинки жіночого глянцевого журналу. Предметом є специфіка дизайну типових обкладинок закордонних та вітчизняних періодичних видань для жінок на прикладі «Vogue», «Cosmopolitan», «Караван историй» та «Единственная».

Поняття «журнал» трактується як періодичне видання у вигляді книжки, що містить тексти, художні твори, ілюстрації. Глянцевий журнал – це журнал, розрахований на певну читацьку аудиторію, основним завданням якого є формування певного стилю життя читача, сприяння в досягненні успіху з орієнтацією на красу та гендерну комунікацію [4, с. 546].

Усі елементи оформлення журналу є взаємопов'язаними, що впорядковує різнорідні матеріали і надає цілісності журналу. Існують чотири типи зв’язків між елементами оформлення: образно-смислові, просторово-пластичні, матеріально-функціональні та декоративні. Саме вони створюють видання, що сприймається читачем як єдність змісту та художнього оформлення [2, с. 44]. Роль елементів оформлення у журналі різноманітна і

визначається тими значеннєвими, функціональними, архітектонічними, композиційними, конструктивними та іншими характеристиками, завдяки яким конкретне видання відрізняється від інших (титульний шрифт, накреслення, лінійки, малюнки тощо).

Оформлення обкладинки та внутрішніх сторінок журналу має відповідати змісту: специфіка зображальних елементів впливає на їх сприйняття читачем, привертає увагу до публікації, а семантичне наповнення задовольняє потребу в інформації [1, с. 56-58].

Так, у закордонному глянцевому журналі «Vogue» простежується дотримання естетичних вимог до оформлення: наприклад, обрамлення фотографій білими полями, висока якість матеріалу, схильність до стилізації, співпраця з дорогими і відомими брендами, популярна особистість на обкладинці журналу. Необхідно зауважити, що дизайн обкладинки залежить від пори року. Як правило, дизайнери намагаються не змінювати зовнішній вигляд обкладинки і назви журналу, завдяки чому кожен номер видання виглядає цілісним.

Інший іноземний журнал – «Cosmopolitan» – композиційно виглядає досить стримано, має стійке відчуття стильової єдності оформлення. Різноманітності додають відомі особистості в кожному номері, кольорова гама відтінків, маркери, багатобарвні заголовки. Шрифт головних тем номера переважно гротесковий, спрацьовує принцип безпосередності спілкування з читачем, сама назва «Cosmopolitan» набирається антиквенною гарнітурою з засічками. Тон журналу задають рекламні матеріали та безліч яскравих кольорів з різними відтінками.

Оформлення українського «Каравану историй» є унікальним та нестандартним для жіночих журналів: матеріали про неординарних постатей подаються в досить глибокому і об'ємному викладі й ілюструються ексклюзивними фотографіями, часто з особистих архівів героїв. В основному, обкладинки виконані без зайвих деталей, ніщо не заважає перегляду та розумінню заголовків. Стабільним недоліком обкладинки видання є завеликий штрих-код. Головна назва журналу завжди залишається незмінною як за шрифтовим оформленням, так і за структурою загалом.

У журналі «Единственная», як і у будь-якого іншого видання, наявний постійний макет, змінюється лише зміст рубрик і рекламних повідомлень. На обкладинках журналу традиційно розміщують такі засоби привернення уваги: фотографія «зірки» або моделі та текстовий анонс цікавих матеріалів даного номера. На героїнях своїх обкладинок журнал активно вдається до реклами одягу, засобів гігієни, косметики та іншої продукції для жіночої статі.

Отже, аналіз обкладинок сучасних жіночих глянцевих видань зарубіжного та українського простору виявив як позитивні, так і негативні аспекти у їх оформленні. Позитивним є професійний підхід до добору та компонування кольорової гами та зовнішності моделей, які представляють номер, а вагомим недоліком – некоректність розуміння поняття «глянцевий журнал»: дизайнери подекуди намагаються поєднати надмірну кількість кольорів, що не тільки не привертає увагу, а, навпаки, відштовхує читача від придбанням такого видання. Однак, з іншого боку, на користь професійності оформлення аналізованих періодичних видань промовисто свідчать їх наклади та тривалість існування на світовому та українському пресовому ринках.

Література

1. Жукова А. Женская пресса как фактор социализации личности / А. Жукова. – СПб. : Прогресс, 1998. – 177 с.

2. Сидоров А. Журнал как объект изучения / А. Сидоров // Журнал в России. – 2004. – № 1. – С. 29-32.

3. Скляр И. Женские журналы : от 1779 до … / И. Скляр // Работница. – 1992. – № 7/8. – С. 78-95.

4. Словарь профессиональных терминов : 2246 слов и терминологических словосочетаний / [уклад. Д. Н. Ушаков]. – М. : Гос. ин-т «Сов. энцикл.», 2003. – 1562 с.

Щербина Катерина
студентка 4курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Горбенко І.Ф.

ФАНФІКШЕН ЯК СПОСІБ КНИЖКОВОЇ ПРОМОЦІЇ

Видавнича промоція – це процес просування книги на ринку; сукупність правил та механізмів боротьби за читача, що регламентує стратегію поведінки видавця на ринку на якісно новому рівні [3].

Фахівці називають промоцію також маркетинговою комунікацією. Її завдання полягає у створенні образу видавництва, переданні інформації, переконанні покупця та підштовхування його до придбання продукції [5, с.253-257; 25].

Мова йде про промоцію саме як спосіб створення популярності видання та його автора за допомогою нерекламних засобів, тобто тих, за які не потрібно платити. Це передусім всі ЗМІ: преса, телебачення та радіо. Але активний технологічний і культурологічний розвиток став причиною виникнення ще одного засобу, який сьогодні знаходиться на експериментальному рівні, але має всі можливості згодом стати одним із найпопулярніших. Мова йде про фанфікшен.

Серед дослідників, які так чи інакше торкалися теми фанфікшена, можна назвати Ю. Антипіну [1], Д. Березіну [2], К. Прасолову [4]. Але феномен фанфікшена досі не став об'єктом комплексного вивчення ані в українському, ані в закордонному наукознавстві, зокрема як одного із способів промоції.

Мета дослідження: дослідити фанфікшен як спосіб книжкової промоції.

Об’єктом дослідження виступає фанфік як основний продукт фанфікшена.

Фанфікшен – це літературна творчість шанувальників творів популярної культури, яку фанати створюють на основі цих творів у межах інтерпретивного співтовариства (фендомів) [4].

Таким чином, фанфікшен – це, перш за все, метод, яким споживач культури взаємодіє з медіа-простором. Л. Горалік зазначає, що «інтерпретуючи наново події, директивно задані зі сторінок або екрану, ми отримуємо певний контроль над отриманим месседжем, персоналізуючи його, роблячи більш придатним особисто для себе» [2]. В цьому й полягає одна з основних особливостей фанфікшена, причина, з якої багато авторів сідають за написання подібної історії: ми владні створити будь-що, за власними розсудом та бажанням.

Фанфік – продукт фанфікшена, літературний твір, створений непрофесійним (як правило) літератором; такий, що не претендує на комерційну публікацію та породжений прихильністю автора до іншого твору і бажанням розвинути його сюжетну та фабульну лінії, продемонструвавши героїв у наново генерованих ним, автором, ситуаціях [2].

Фанфік може бути продовженням, передісторією, пародією, «альтернативним всесвітом», кросовером («переплетенням» кількох творів) і так далі. Варто окреслити те, що у фанфікшені мова йде не про запозичення сюжетів і навіть не про запозичення архетипів, а про запозичення конкретних персонажів і конкретних умов їх існування. Це специфічна особливість жанру, яка й робить його унікальним

У наш час фанфікшен є явищем, що досить негативно оцінюється авторами-професіоналами. Часто доводиться зустрічати в’їдливі заяви письменників: творці фанфіків – наслідувачі, які звертаються до чужих світів через бідність власної фантазії. Фанфікшен виступає як нагадування про літературу, загалом художню. Створюючи інтерпретивну історії на основі того чи іншого твору, фікрайтер змушує читача як мінімум згадати про існування такого, а як максимум – перечитати його. Цілком можливо, що, якщо б автори фанфіків не створювали таку величезну кількість різноманітних історій, цікавість до світових бестселерів зникла б швидше. Як приклад можна назвати відому серію романів «Гарі Потер» Джоан Роулінг, кількість фанфіків за якою досягає 50 тисяч. Один з таких став окремим виданням, хоча, звісно, не зміг здобути такої ж популярності: «Таня Гротер» Дмитра Ємця.

Отже, суперечливий феномен фанфікшена зайняв міцну нішу на масштабній літературній площі, здатен бути потужним стимулом до відновлення тенденції читання, – одним із способів книжкової промоції.

Література

1. Антипина Ю.В. Жанровые особенности фанатской прозы (на примере фанфикшена по творчеству братьев Стругацких / Ю.В. Антипина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. –№ 13. – С. 21-25.
2. Березіна Д.Ю. Феномен Fanfiction: правила гри без правил / Д.Ю. Березіна // Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. Філологія. Літературознавство. – 2009. – Вип. 111. – Т. 124. – С. 8-13
3. Наука про те, як продати книгу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http : // www.web-standart.net/magaz.php?aid=6166
4. Прасолова К.А. Фанфикшн : литературный феномен конца XX-начала XXI века (творчество поклонников Дж.К.Ролинг) : дисс. … на соискание научн. степени канд. филол. наук / К.А. Прасолова. – Калининград, 2009. – 253 с.
5. Скочинець О. Роль електронних медіа у здійсненні акцій книжкової промоції / О. Скочинець // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 1. – С. 253-257.

Сєчіна Каріна,
студентка 4 курсуфак-ту журналістики
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Іванюха Т. В.

ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ СЦЕНАРІЙ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ЗАРУБІЖНИХ НАУКОВЦІВ І ЖУРНАЛІСТІВ

Написання сценаріїв – складова під час створення телевізійного продукту. Незважаючи на країну, телеканал чи жанр програми, телевізійні журналісти створюють допоміжні сценарії. Вони відрізняються за оформленням, структурою, розміром, проте обов'язково допомагають монтажеру та режисеру швидше та якісніше працювати над створенням програми. Під час написання сюжету новин, журналісти також подеколи пишуть сценарії, де має бути закадровий текст, «картинка» та крупність планів зйомки.

У «Словнику іноземних слів» подано два визначення поняття «сценарій»: «1) предметно-зображальна основа та композиційна основа сценічної дії або кінострічки, що подається у формі скороченого тексту або максимально деталізованого; 2) заздалегідь підготовлений детальний план чого-небудь» [2, с. 856].

На думку Ендрю Бойда, спочатку необхідно визначити, чи ви писатимете текст під відео, чи підбиратимете відео під текст. Науковець зазначає: «Одні доводять, що телебачення це візуальний засіб інформації, тому на першому місці має бути відео. Інші стверджують, що головна функція телевізійного репортажу – розповісти історію, а відео просто ілюструє цю історію. Мабуть, правда знаходиться десь посередині. На практиці вибір кадрів і написання текстів часто відбуваються паралельно» [1, с. 359].

До речі, сам науковець називає сценарій монтажним планом, таким чином наголошуючи на тому, що головна мета такого плану – розтлумачити монтажерові задум режисера або сценариста.

Шеф лондонського бюро «Сі-Бі-Ес Ньюз», Гаррі Редліфф наголосив: «Забагато журналістських матеріалів розповідають мені про те, що я й так можу бачити, і не кажуть мені що до чого. Текст повинен пояснювати те, що ви бачите» [1, с. 366]. Журналіст своїми словами описав ще одну мету сценаріїв – розтлумачувати глядачеві те, що він бачить.

Подеколи англійські репортери розтягують перші і останні кадри матеріалів, щоб дати час вступним картинкам створити атмосферу, а останнім кадрам – залишити враження. Ще одним аргументом на користь того щоб лишати на початку сюжету декілька секунд перед коментарем є невеличкі затримки, які можуть траплятись при виході матеріалу в ефір [1, с. 366-367].

Для того, щоб уникати таких казусів, необхідно продумувати все заздалегідь та робити відповідні позначки в «примітках» до сценарію. Саме від тривалості кадрів залежить кількість фактів, які журналіст може озвучити в закадровому тексті. Якщо зовсім немає підтверджених фактів, то можна показати в ефірі некоментований відеоряд. Саме такої практики дотримується BBC News.

Деякі зарубіжні журналістикознавці підходять до питання оформлення сценаріїв дуже ретельно. Наприклад, Ірвінг Феног не просто пояснив базові моменти в оформленні, але й надав цілу низку порад, які, на його думку, обов'язково слід враховувати.

Сторінка має бути поділена вертикально: зліва – все про відеоряд, справа – аудіоряд. Їх повинно відділяти порожнє місце шириною в 2,5см (для приміток під час вичитки). Якщо ведучий користується телесуфлером, то під текст сценарію краще віддавати верхню половину. У сценарії також необхідно вказувати декілька перших та останніх слів кожного звукового фрагменту – підказки про початок, кінець та тривалість сюжету. Не можна переносити слова, частину речення на іншу сторінку, потрібно нумерувати сторінки, підписувати сценарій, виділяти літери в словах, які мають спірний наголос, прописувати числівники буквами, а не цифрами, а також розтлумачувати символи, наприклад не %, а «відсотки», тощо [3, с. 21].

Журналісти визнають, що без сценаріїв працювати набагато важче. Наприклад, репортер Ай-Ті-Ен, Кім Сабідо розказував Ендрю Бойду історію, коли перед начитуванням закадрового тексту його сценарій здуло протягом, тож під час робити він не зміг відтворити текст і повторив сказане. Репортер згадує: «Я сидів, задихаючись і обливаючись потом, коли увійшов той хлопчина і сказав: «Чому ти повторився?» А я сказав: «Тому що ти здув мій текст під двері. Дивись, ось він…ти на ньому стоїш!» Я пішов до бару и добряче напився» [1, с. 358].

Проаналізувавши думки зарубіжних вчених та журналістів, ми дійшли до висновку, що написання сценаріїв – дійсно невід'ємна складова роботи телевізійного журналіста. Сценарій може бути створений в будь-якій формі та з будь-якими доповненнями, але обов'язково повинен розтлумачувати монтажерові та іншим учасникам робочої групи, як саме повинен виглядати кінцевий варіант телевізійного продукту.

Література

1. Бойд Е. Ефірна журналістика. Технології виробництва ефірних новин / Ендрю Бойд ; [пер. з англ. О. Колот]. – К. : ТОВ «Київська типографія», 2007. – 429 с.
2. Словник іншомовних слів : Близько 23 000 слів та термінологічних словосполучень ; [уклад. Л. Пустовіт]. – К. : Довіра, 2000. – 1018 с.
3. Фэнг И. Теленовости. Секреты журналистского мастерства / Ирвинг Фэнг. – М. : ИПК, 1993. – 144 с.

Пудлик Ганна
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Іванюха Т.В.

МІЖНАРОДНА МОЛОДІЖНА ТЕМАТИКА В ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВАХ «УНІАН» ТА «ІНТЕРФАКС-УКРАЇНА»

Молодь на сьогодні є потенційною аудиторією як для традиційних ЗМІ, так і для інформаційних інтернет-ресурсів. Такими джерелами інформації для аудиторії є, зокрема, інформаційні агентства. Кожне з них самостійно обирає інформаційні приводи та формує їх тематичне наповнення, але міжнародна тематика, яка могла б зацікавити та бути корисною для молоді, недостатньо широко представлена серед іншої міжнародної інформації.

Актуальність теми: серед великої кількості інформаційних потреб молоді дуже мало представлено міжнародної інформації для такої аудиторії. Окрім цього, українськими науковцями мало досліджена тема міжнародної інформації в інформаційних агентствах України.

Мета роботи: дослідити тематику та обсяг інформації для молоді в інформаційних агентствах України «УНІАН» та «Інтерфакс-Україна».

Міжнародну тематику для молоді досліджували такі вчені як: В. Цвік [3], І.Мащенко [1], О. Тертичний, Г. Кузнецов та інші.

Молодіжна аудиторія має широке коло потреб та інтересів, але помилковою є думка, що молодіжними є виключно новини, присвячені музиці, спорту чи історіям з життя популярних людей. Міжнародна інформація для молоді на сьогодні повинна охоплювати також політичні, економічні новини, що безпосередньо впливають на життя молоді, а також повідомлення про різного роду наукові та технологічні здобутки й освітні проекти. Саме на предмет наявності такої інформації проаналізовано матеріали вищевказаних інформаційних агентств.

Інформаційне агентство «УНІАН» є одним із провідних в Україні. Обмін інформацією у ньому відбувається з такими всесвітньо відомими агентствами як «Reuters», «AssosiatedPress», «DeucheWelle» та іншими [2]. Що стосується міжнародної тематики для молоді, то варто зазначити, що вона подана досить широко та охоплює широкий спектр тем.

Можна виділити наступні рубрики, які б були корисні та цікаві молодій аудиторії: «ІТ та технології», «Світ», «Курйози» та «Спорт». Варто зазначити, що у рубриці «Технології» подані не лише міжнародні наукові та технічні здобутки, але і новинки комп'ютерних ігор, інформація про оновлення у соціальних мережах (що також є цікавим молоді), а також інформація про пристрої, які допоможуть при подорожах тощо.

У рубриці «Світ» подані відомості не тільки про політичні новини з-за кордону, а також і про туристичні місця, бюджетний відпочинок у різних країнах Європи та Азії (що є корисною інформацією для студентів), також про новинки моди та музики, а у рубриці «Курйози» подана інформація розважального характеру про події за кордоном (розважальна інформація завжди приваблює молодь, цьому приділяють увагу не тільки інформаційні агентства, а також і традиційні ЗМІ), така інформація завжди привертає до себе увагу.

Рубрика «Спорт» висвітлює інформацію про проходження та результати змагань як у популярному спорті (футбол, баскетбол тощо), так і в нетрадиційних видах спорту (наприклад, про Чемпіонат Світу з орієнтування на місцевості), а також подає інформацію про зміни у складах спортивних команд (як вітчизняних так і зарубіжних), зміни тренерського складу тощо.

Варто зазначити, що інформація освітнього плану майже не представлена на сайті агентства (тільки про внесення змін до тих чи інших законів про освіту). Відсутня інформація і про освітні проекти закордонних вишів, про обмін студентами тощо, хоча вона є затребуваною та корисною для молоді. Також не вистачає інформації культурного спрямування, наприклад, рецензій на кінофільми та новинки літератури, інформації про різноманітні міжнародні виставки, конкурси та заходи.

Щодо інформаційного агентства «Інтерфакс-Україна», то у ньому тематика молоді представлена ще в меншому обсязі. Агентство робить акцент на політичних та економічних новинах і не приділяє уваги темам культури, музики, туризму освіти тощо.

В «Інтерфакс-Україна» представлена тільки рубрика спорту, де також, як і в агентстві «УНІАН», подана інформація про результати змагань та дати чемпіонатів, а також основні події в спортивних командах. Варто зазначити, що на сайті «Інтерфаксу-Україна» є посилання на «Інтфакс» США, Німеччини, Британії та інших країн, де відвідувач сайту, за бажанням, може подивитися, як викладають ту ж саму новину за кордоном.

Отже, можна зробити висновок, що і в інформаційному агентстві «УНІАН», і в «Інтерфакс-Україна» міжнародна тематика для молоді досить мало висвітлена і кількість тем недостатня для того, щоб зацікавити молодь. На мою думку, інформаційні агентства в Україні просто не розглядають молодь як потенційну аудиторію, і тому більше роблять акцент на новинах політичного та економічного характеру.

Література
1. Мащенко І. Телебачення України : [підручник] / Мащенко Іван. – К. : Ай-Пі Київ, 1995. – 294 с.
2. Історія створення «УНІАН» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%90%D0%9D
3. Телевизионная журналистика / Цвик В., Юровский А., Кузнецов Г. – М. : Издательство Московского университета, 2002. – 215 с.

Журба Катерина
студенка 4курсу фак-ту журналістики
Наук.керівник: к. філол. н., доц. Іванюха Т.В.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Стереотип про те, що Інтернет – це хаотичне і невпорядковане звалище інформації, давно застарів. В 2010 році блогосфера та онлайн-ЗМІ почали переживати ряд змін. Дослідники до цього часу не визначились, з чим саме це пов'язано: розвитком інформаційних технологій чи вичерпанням попередніх течій. Але всі, як один, зійшлися на думці, що успіх Інтернет-видання залежить від правильної подачі та структурування інформації, а також від естетичної складової сайту.

Актуальність роботи полягає в тому, щоб порівняти вітчизняні та американські інтернет-видання та визначити основні проблеми й перспективи їх розвитку. Цю тему досліджувати А. Градюшко, А. Черних, Б. Потятинник, Є. Варатанова, М. Чабаненко та інші.

Мета статті – визначити специфіку організації контенту вітчизняних та американських інтернет-видань та порівняти їх фактори розвитку.

Поняття контент (англ. content - зміст) – це будь-яке інформаційне наповнення сайту, все, що можна прочитати, побачити, почути – картинки, текст, відеоролики [1].

На думку М. Чабаненко, схильність журналістів експериментувати з новими платформами та типами контенту зараз формує одну із найважливіших тенденцій: «Перевтілення традиційних ЗМІ в мультимедійні трансформує творчі редакційні процеси. Це, в свою чергу, вимагає від журналістів принципово нових обов'язків і компетенцій. Вони вже не тільки пишуть, фотографують, знімають відео. Вони збирають і перевіряють інформацію очевидців, «озброєних» мобільними телефонами, які обмінюються інформацією в соціальних мережах. Поруч з цим можна спостерігати прагнення до адаптації контенту для перегляду через мобільні пристрої, різноманітні гаджети з різними операційними системами» [2].

Українські ЗМІ поки що не наздоганяють зарубіжних колег. Більшість інтернет-видань не адаптовані для сенсорних гаджетів – мають маленькі кнопки гіпер-посилань, що ускладнює їх перемикання пальцями, фото, аудіо і відео часто не відображаються, бо мають неадаптовані плагіни.

На відміну від українських, зарубіжні інтернет-видання стали прагнути до мінімалізму. Наприклад, сайт газети «New York Times» виконаний у білих кольорах, новини і заголовки чорного кольору, рекламних блоків усього 2, вони займають мало місця і тому непомітні. Сайт українського «Кореспонденту» має 6 рекламних блоків, один із них взагалі фон. Відео, представлені на головній сторінці, неможливо увімкнути прямо там, щоб переглянути новину необхідно переходити на іншу сторінку.

Також зарубіжні видання використовують більше мультимедійних елементів: карикатури, інфографіку, інтерактивні карти, відео, аудіо подкасти тощо. Такі засоби полегшують сприйняття матеріалу, виконують інформаційну і розважальну функції. Українські медіа значно рідше користуються такими елементами, адже їх підготовка займає багато часу, а інколи і великі суми грошей.

Зарубіжні видання турбуються також про полегшення візуального сприйняття. Так, довжина рядка новини видання «The Daily Telegraph» 7-9 слів, порталу «Українська правда» – 10-13 слів.

Отже, через стрімкий розвиток комунікаційних технологій та системи web2.0, аудиторії вже не цікаво читати великі нагромадження тексту, тому інтернет-виданням необхідно привертати увагу правильно структурованим мультимедійним контентом. Журналісти зарубіжних інтернет-ЗМІ не випереджають, але б хоча б намагаються наздогнати час. У вітчизняних виданнях помітні лише зародки мультимедійної журналістики.

Література

1. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – С. 54–58.
2. Чабаненко М. В. Актуальные тенденции в интернет-журналистике / Чабаненко Мирослава // История журналистики: уроки пришлого и практика современных СМИ. – Минск : Издательский центр БДУ, 2013. – С. 264–269.
3. Потятиник Б. В. Нові і «старі» медіа: передача «четвертої влади» [Електронний ресурс] / Борис Потятиник. – Режим доступу : http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/zurnal/N4/prognoz/prognoz-borys.html

Осадчук Антон
студент 2 курсу магістратури фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Доценко К.О.

PR-ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ КУЛЬТУРНО-МАСОВИХ ЗАХОДІВ: ДОСВІД ЗНУ

Наше суспільство в сьогоденні все більше звертається до піар-засобів для активного вживання їх у своїх інтересах. В усьому світі сфера паблік рилейшнз стає надійним засобом створення й підтримки позитивного іміджу підприємств, концернів, різних інституціональних установ, політичних партій та окремих осіб. Позиція вишів у цьому питанні також однозначна: для того, щоб переконати майбутніх абітурієнтів та їх батьків зробити вибір на користь того чи іншого ВНЗ, проводяться різні культурні заходи, активними дійовими особами в яких стають студенти цього закладу.

Варто відзначити в контексті нашого дослідження праці вітчизняних та зарубіжних дослідників піар-технологій в сфері освіти, як-от: Г. Аблова, Л. Ахметова, А. Бахметьєва, А. Віфлеємський, О. Гетьман, В. Березенко, І. Єрмоленко, Н. Санакоєва, М. Фадєєва та в сфері культурно-масової діяльності, як-от: Р. Акофф, С. Герасимов, М. Говард, В. Філіппов, У. Хальцбаур, А. Шумович тощо. Але всі їх дослідження мають загальний характер, тоді як місце і роль паблік рилейшнз у сфері культурно-масових заходів не розглянуто зовсім.

Актуальністьтеми полягає в тому, що на сучасному етапі розвитку суспільство все більше звертається до піар-засобів для активного вживання їх у своїх інтересах. В усьому світі сфера паблік рилейшнз стає надійним засобом створення й підтримки позитивного іміджу підприємств, концернів, різних інституціональних установ, політичних партій та окремих осіб. Позиція вишів у цьому питанні також однозначна: для того, щоб переконати майбутніх абітурієнтів та їх батьків зробити вибір на користь того чи іншого ВНЗ, проводяться різні культурно-масові заходи, активними дійовими особами в яких стають студенти цього закладу. Величезна кількість інформації, розміщеної на пабліку «Центр культури | #goodCo» [3] в соцмережі vk.com, дає змогу зрозуміти, що центр культури є потужним генератором культурних подій не просто ЗНУ, а всього запорізького регіону. Про це свідчить і кількість спонсорів та меценатів, що виділяють свої кошти на підтримку різних культурно-масових заходів, працюючи в галузі фандрайзингу. Всі PR-технології в сфері культурно-масових заходів ми поділяємо на дві основні групи: інформаційні та подієві.

Наряду з традиційними афішами, прес-релізами, різними конкурсами краси та спортивними змаганнями варто відзначити інноваційні види PR-діяльності, які в останні роки виявляється у тому, що переважна більшість цільової аудиторії – студенти, абітурієнти,

спонсори переважним чином черпають інформацію через мережу Інтернет. Саме через пабліки здійснюється неформальний піар-супровід того чи іншого флешмобу або батлу, конкурсу чи фестивалю, – неодноразово різнопланово подаються анонси подій, відбувається обговорення в постах під подією, надається безпосередня інформація про перебіг події разом із відео та фото, готуються пост-матеріали у формі звітів, відеороликів чи фоторепортажів. Ще однією інноваційною технологією є перехресний піар, коли на своїй головні сторінці розміщено гіперпосилання на своїх спонсорів та партнерів – що збільшує позитивне сприйняття їх цільовою аудиторією, допомагає створенню їхнього позитивного іміджу.

Гарною новацією є те, що, крім безпосередньої інформації про події, у пабліках можна отримати додаткову інформацію для релаксу за рахунок чудових постів, гарних фото чи просто ліричних чи жартівливих привітань зі святом або новим днем, які просто піднімають настрій, що теж є певною піар-технологією, бо якщо людина посміхнулася, то з нею можна продовжувати діалог і в чомусь переконувати. Крім того, для журналістів гарним нововведенням у пабліках є те, що багато інформації про події супроводжується різноманітними відео- та фотоматеріалами, тобто для них фото й відеоанонси можуть бути інформативнішими за прес-релізи

Гарними спеціальним інноваційними подіями в діяльності ЗНУ є флешмоби, данс-батли та квести. Візьмемо для прикладу флешмоби – це масове дійство, яке становить на меті привернення уваги суспільства чи певного його прошарку до певної гострої соціальної проблеми чи просто створене з метою популяризувати певну особу, організацію, інституцію (визначення наше). Таких флешмобів в ЗНУ протягом останніх п’яти років було проведено понад 100, оскільки спільні рухи, танцювальні елементи та веселий задор – це те, що привертає увагу молоді, подобається їй. Або інший різновид сучасних популярних культурно-масових дійств – різноманітні квести –конкурси-лабіринти із купою завдань, незрозумілостей, які вимагають для їх вирішення напружити мозок, тіло або докласти командних зусиль, що в цілому приведе до позитивного результату в кінці (визначення наше). Такі спортивно-розважальні заходи одночасно пропагують здоровий спосіб життя, дозволяють здружитися, відчути себе одним університетським цілим – і при цьому привертають увагу великого кола громадськості.

Отже, проаналізувавши побутування традиційних та інноваційних інформаційних та подієвих піар-технологій у діяльності центру культури ЗНУ можна відзначити, що вони є постійно діючим механізмом створення позитивного іміджу вузу та пропагуванням високих моральних цінностей, патріотичного виховання молоді, задоволенням найрізноманітніших потреб студентства та широкого кола споживачів Запорізького регіону.

Література

1. Иванов Г.П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера / Г. П. Иванов. – М. : ЮНИТИ, 2011. – 75 с.

2. Кияниця Є. О. Перспективи використання технологій паблік рилейшнз у соціально-культурній сфері України / Є. О. Кияниця // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 9

3. Центр культури / #goodCo [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://vk.com/culture_goodcompany

Малярова Ірина
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тяпкіна Н.І.

СУЧАСНА МЕДІАКОНВЕРГЕНЦІЙНА МОДЕЛЬ (НА ПРИКЛАДІ ЕЛЕКТРОННОЇ БІБЛІОТЕКИ «УКРЛІБ»)

Прагнучи створити розвинене інформаційне суспільство, Україна в останні роки долучилася до всесвітніх глобалізаційних процесів. Це у свою чергу супроводжується всеохоплюючим характером впровадження інформаційних технологій: наявність у сучасного українця доступу до великого масиву інформації через інтернет-портали та соціальні мережі без обмежень в часі та просторі стала буденною справою.

У таких умовах вітчизняний ринок інформаційних послуг був змушений не лише провести переоцінку звичних для себе каналів надання інформації та вивчити «нові медіа», але й почати використовувати гібридні, конвергентні моделі, здатні до більшої конкурентоспроможності.

Термін «конвергенція» походить від латинського «convergere» (наближатися, взаємопроникати) й є прийнятим у біології, етнографії, мовознавстві, суспільно-політичних науках для позначення аналогічних процесів сходження чи взаємоуподібнення. Завдяки напрацюванням Д. Белла, поняття «конвергенція» також було використано в контексті інформаційних і комунікаційних технологічних пристроїв, а впровадження інтернету в повсякденне життя мільйонів людей дало поштовх багатьом науковим дискусіям та дослідженням явища «медіаконвергенції». Г. Гусейнов визначає конвергенцію як «взаємообумовлений перехід усієї наявної інфраструктури на якісно новий рівень, обумовлений загальнодоступним технологічним проривом» [1; с. 30]. В. Гатов вважає, що процес конвергентності медіа має два головні напрямки:

- власне створення нових каналів розповсюдження свого контенту;
- ретельний аналіз тих каналів, що їх потенційний споживач опановує самостійно, з метою їхнього подальшого використання [2; с. 21].

На даний час не існує уніфікованої дефініції, яка б у найповнішому обсязі характеризувала медіаконвергенцію, її умови, мету та наслідки. Цим питанням займаються такі дослідники, як В. Гатов, Г. Гусейнов, О. Свінціцька, О. Самуляк та інші, проте їхні розвідки не є фундаментальними науковими дослідженнями. На теренах України ця тема також залишається недостатньо висвітленою.

Цікавим прикладом конвергенції є функціонування соціального українського проекту – електронної бібліотеки «Укрліб» [3].

На теренах України електронна бібліотека виникла в 2000 році як сайт з переважно україномовною класичною та сучасною літературою і є найбільшою, однією з найдовше існуючих та найчастіше використовуваних електронних бібліотек. За визначенням засновників, головна мета полягає у «доступності української літератури для всіх, хто бажає її читати». Крім українських книжок вона пропонує також літературну енциклопедію, біографії, шкільні твори, учнівські реферати, стислі перекази змісту творів з української та зарубіжної літератури. Діяльність «Укрліб» була відзначена Знаком якості в 2010 році.

Проект не зупинився на одному інтернет-майданчику і зараз має велику аудиторію в соціальних мережах «В контакті», «Фейсбук», «Гугл+», яка загалом складає більше 45 тисяч постійних читачів. Загальний перегляд за один календарний місяць перевищує 700 000 осіб. З показниками сайту ця сума зростає до 2,3 мільйонів.

Контент для кожного з каналів інформування не є однотипним: «В контакті» переважають відео- та аудіоматеріали, короткі замітки, в «Фейсбуці» – репортажних матеріалів, «Гугл+» поєднує замітки і репортажі, дайджести і нариси; на сайті розміщують найгрунтовніші матеріали.

Для сайту потенційний читач не має освітніх чи вікових преференцій, в соціальних мережах орієнтування відбувається на людину зі закінченим середнім рівнем освіти та віком 20 і більше років, що загалом відповідає статистичним показникам реальної аудиторії проекту.

Жоден з каналів не є дублікатом іншого та інформаційно не займає панівного становища в цій конвергентній моделі.

З досвіду цього проекту можна зробити висновок, що конвергенція як поєднання різних медіа задля досягнення однієї мети спрацьовує тоді, коли усім каналам інформування приділяється рівноцінна увага, враховуються особливості як соціальної мережі загалом, так і частини її аудиторії, яка здатна зацікавитися створеною проектом інформацією та залишатися зацікавленою у створенні нової.

Література
1. Гатов В. О критическом отношении к модным тенденциям: Журналистика и медиаконвергенция [Электронный ресурс] / В. Гатов // Медиаконвергенция, которая изменила мир? / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. / Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014. – С. 17–28. – Режим доступу: http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336
2. Гусейнов Г. Протомедиаконвергенция на закате СССР [Электронный ресурс] / Г. Гусейнов // Медиаконвергенция, которая изменила мир? / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. / Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014. – С. 29–37. – Режим доступу: http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336
3. Електронна бібліотека «Укрліб» [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrlib.com.ua/

Бурило Наталія
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. філол. н., доц. Санакоєва Н. Д.

«КОНСТРУЮВАННЯ ЗГОДИ» СПОЖИВАЧІВ У СУЧАСНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

Теза, що сучасний світ заполонили медіакомунікації, не потребує доказів. Медіа вже давно стали потужними і беззаперечними об`єктами впливу. Влада, громадські організації та окремі державні лідери часто використовують маніпулятивні технології задля пропаганди громадськості: нав`язування певних думок, ідеологій; штучного створювання обожнювання та ненависті до когось; певних бар`єрів, стереотипів, ярликів; зомбування – навіювання на несвідомому рівні. Маніпуляція, звісно, можлива лише тоді, коли людина не здогадується про цей процес та його цілі. Як великий і прибутковий бізнес, медіа бере за основу комерційний «алгоритм» з основною метою забезпечення збуту товару. Вивчення цільової аудиторії – вибірки для отримання середньостатистичних даних – її бажання і цілі, турботи і страхи є фундаментом для того, щоб керувати бажаною аудиторією. Людська психологія є досить вивченою, тому передбачити поведінку людей та, спираючись на неї, продумати концепцію маніпуляцій нескладно для фахівців.

О.Александров у своїй науковій статті говорить, що «рекламний продукт здійснює комунікацію на рівні підсвідомого» [1]. О. Іванова пише про те, що людство споживало завжди, суспільство постійно спонукає до споживання, формуючи відповідні норми, диктуючи забов`язання грати ролі споживача [2]. Цим пояснюється і методика постійного оновлення продукції. Ось вийшла перша модель Apple, за нею – все новіші й новіші розроблені моделі; або нова помада з новим УТП, після чого ми, споживачі, вже готові скуповувати нові покращені продукти та користуватися удосконаленими послугами. А якщо додати ще й обмеження у часі та в кількості продукції, то ефект буде у рази сильнішим – така тимчасовість, плинність, унікальність пропозиції точно влучає у підсвідомість людини.

Апелювання до фізіологічних потреб (що може втамувати голод та спрагу, задовольнити інстинкт розмноження); апелювання до бажання відчувати себе у безпеці (штучно розповсюджені страх, небезпека, збентеженість і так само штучно задоволені «непотрібні потреби» аудиторії – варто лише придбати або зробити щось); апелювання до страху самотності (людина, як істота соціальна, прагне бути в оточенні інших, а під час критичних ситуації вона активно шукає підтримки, бажаючи згуртуватися з іншими); потреба людини у повазі (задоволення егоцентризму людського характеру); потреба у позитивних емоціях (через дефіцит позитиву у небезпечному стресовому світі людина підсвідомо звертає увагу і тягнеться до того, що приносить щастя). Одним із найсильніших прийомів є апелювання до самореалізації. Бренди постійно грають з образами успішних людей: ідеальна родина, ідеальні зуби, красень-чоловік, улюблена робота, машина мрії, подорожі тощо. Бренди продають не послугу чи продукт, а образ. Усе медіасередовище

побудоване на психології та емоціях людей: їх образах, мріях, фантазіях, страхах, переживаннях [4]. Всі ці психологічні прийоми використовують маніпулятори задля штучного створення потреб у людей для збуту продукції і пропаганди соціуму як головних цілей.

На яких людських слабкостях побудовані маніпулятивні технології мас-медіа? Основними є цікавість (інтрига), сугестивність (піддатливість навіюванню), честолюбство, жадність, хвастливість, заздрість, азарт, почуття неповноцінності (прагнення «не бути гіршим, ніж усі»), нездатність швидко прийняти рішення (у момент, коли від людини очікується швидке прийняття рішення, вона губиться і швидше погоджується), а неспроможність постояти за себе, впоратися з проблемою самостійно народжує потребу придбати продукт та використати послуги, що захистять та подбають про нас.

За результатами досліджень за допомогою МРТ та електроенцефалографії, дія дзеркальних нейронів змушує людей наслідувати поведінку інших людей – це пояснює, чому ми посміхаємося, коли бачимо радісних людей та морщимося, коли бачимо, як хтось відчуває фізичний біль. Причому відбувається це не лише тоді, коли людина знаходиться поруч, а й через мас-медіа: телебачення, радіо, Інтернет та пресу. [3, с. 68]. Те ж стосується й реклами – очевидно, що особистість, сповнена оптимізму, викликатиме більше симпатії, а отже, таке рекламне повідомлення буде ефективнішим. Цей ефект суміжний із ефектом натовпу, коли людина, щоб не перечити думці та настрою більшості й не стати ізольованою від соціуму, не виражає власної думки. Таким чином приходить у дію «спіраль мовчання», яка викривлює думку соціуму та призводить до того, що у суспільстві панує думка більшості. Систематичне повторення, прискорений темп розповіді, використання незрозумілих понять і термінів, замовчування і недомовленість, посилання на авторитет, іронічне приниження, гра на стереотипах – все це непомітно для споживачів впливає на їх вибір та поведінку [4; 7].

Реклама є закликом відволіктися від усіх своїх справ та звернути увагу. Мартін Ліндстром, експерт з брендингу та нейромаркетингу, експериментально доводить, що збудження декількох органів почуттів (і зору, і слуху, і запаху, і дотику) суттєво збільшує ефективність повідомлення, як рекламного, так й інформаційного [3]. При цьому певному товару слід підібрати саме той аудіальний, нюховий або кінестетичний компонент, який посилить жагу придбати товар. При цьому приголомшуючу роль відіграють і соматичні маркери – «гарячі точки» нашого мозку. Певні ситуації життя, які забула наша свідомість, залишилися у підсвідомості та впливають на те, що ми обираємо і чому. Крім того, вірними споживачами стають люди через такі непередбачувані фактори, як схильність до забобонів, звичаїв (якщо у бренда є певна традиція – він є у рази ефективнішим та запам`ятовується набагато краще), релігіозність (М.Ліндстром порівнює бренди з релігією, аналізуючи схожі риси: обмеженість кола людей, унікальність, вплив) та, звісно, підсвідомі почуття.

Експерт з комунікацій Г. Почепцов стверджує, що з давніх часів стояло питання «контролю за розумом», а тепер це питання є надзвичайно гострим [6]. Чим розвиненішим стає світ і розумнішими й освіченішими споживачі, тим хитріші й потужніші прийоми використовують маніпулятори [5]. Ми, споживачі, необґрунтовано вважаємо себе розумнішими, раціональнішими, твердішими і послідовнішими, ніж ми є насправді. Хоча свідомість більшості людей досить міцна і більш-менш захищена, проте ідеї, потрібні маніпулятору, спрямовані не на свідомий їх аналіз та вивчення – кваліфікованим маніпуляторам вони піддаються так майстерно, що непомітно для самої людини легко проникають у її свідомість і надійно там осідають.

Отже, що сучасне медіасередовище сповнене надзвичайною кількістю маніпуляцій, що негативно відображається як на кожній особисті окремо як на повноцінній особистості, так і на соціумі загалом, руйнуючи його істинний світогляд, викривлюючи його думку та зовсім знищуючи її, підпорядковуючи бажаним владі порядкам – це ставить під загрозу весь демократичний устрій держави та повноцінну свободу слова у країні.

Література
1. Александров О. Паралельні світи реклами / Олександр Александров. – Діалог. Медіа-студії. Одеса-2012. – С. 26-35 [Електронний ресурс] Режим доступу : http://liber.onu.edu.ua/pdf/dialog_14_2012.pdf
2. Іванова О. Реклама як представлення, або Які підстави бути уважним до реклами / Олена Іванова. – Діалог. Медіа-студії. Одеса-2012. – С. 36-46 [Електронний ресурс] Режим доступу : http://liber.onu.edu.ua/pdf/dialog_14_2012.pdf
3. Линдстром М. Buyology: увлекательное путешествие в мозг современного потребителя / Мартин Линдстром [пер. с англ. Е. Фалюк]. – М. : Эксмо, 2010. – 240 с. Режим доступу: http://www.mmu-bs.com/media/protected/modules/Buyology._Мартин_Линдстром.pdf
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.- упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013 – 352 с. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf
5. Мельник Г. Mass Media: Психологічні процеси та ефекти / Г. Мельник. – СПб. – 1996
6. Почепцов Г. Контроль за розумом: від минулого до сьогодення / Георгій Почепцов. – Діалог. Медіа-студії. Одеса-2012. – С. 6-17 [Електронний ресурс] Режим доступу : http://liber.onu.edu.ua/pdf/dialog_14_2012.pdf
7. Хохлова А. Проблема манипуляции сознанием потребителей посредством рекламы. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7860/1/Хохлова%20А.%20Ю.%20Проблема%20манипуляции%20сознанием%20потребителей%20посредством%20рекламы.pdf

Дробязко Наталя
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер. : к. філол. н., доц. Пирогова К. М.

НОВИНА ЯК ОСНОВНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЖАНР НА ЗОДТРК

В журналістикознавстві існує низка наукових досліджень, які окреслюють специфіку подачі новин на телебачені, їх мовну палітру, структурні та функціональні особливості. С. Коновалов за характером матеріалу, йоготематикою, охопленням подій, значимості, оперативності новини поділяє загальні, тематичні, спеціальні, екстрені [3, с. 32]. Цю інформацію аудиторія отримує завдяки новинам, які формують громадську думку. Загальні новини містять найрізноманітнішу інформацію, їх мета подати панораму подій. Вони представляють інтерес для широкої аудиторії, тому що знайомлять слухачів з широким спектром новин. Тематичні випуски, містять розповідь про те, що відбувається в області економіки, фінансів мистецтва, спорту та ін. Спеціальні випуски присвячені масштабним подіям, наприклад, спортивним змаганням світового рівня. Вони містять більш детальну інформацію того, що відбувається на цих заходах. Екстрені випуски новин обумовлені необхідністю найоперативнішого повідомлення про дуже важливі події, наприклад, про відставку президента.

У своїй праці «Вступ до практичної журналістики» Вальтер фон Ла Рош наголошує, що існують конкретні елементи, які визначають новини зокрема, актуальність, загальний інтерес, структура, вдале донесення (зрозумілість), об’єктивність. Саме ж поняття новина дослідник трактує у двох значеннях. Змістовно – це повідомлення, інформація. Формально цілком визначений журналістський жанр, новина, як правило не довше 2 рядків або трохи більше однієї хвилини ефіру [1, с. 117].

Каппон Рене Дж. підкреслює, що для новин самої інформації недостатньо. Варто звертати увагу на чимало інших, не менш важливих аспектів створення повноцінної новини [2, с. 151].

Вагомі дослідження інформаційного контенту Запорізької обласної державної телерадіокомпанії на сьогодні відсутні в журналітикознавстві.

Проаналізувавши загальний контент новин обраної телерадіокомпанії, можна встановити, що вона дотримується державного та соціального підходу при їх формуванні.

Загальна палітра новин ЗОДТРК досягається за рахунок багатогранного охоплення політичної, економічної, наукової, культурної, правової, соціальної, статистичної, релігійної, сільськогосподарської, гумористичної, екологічної, природоохоронної, освітянської інформації.

Досліджено, що новини на телеканалі використовують за такими методами: виклад методу новин на одну тему, виклад новин, що об'єднують кілька тем, виклад подієвої новини, виклад новин за допомогою цитування, виклад новин за формулою Поля Вайта. Таке змішування дозволяє глядачам бути поінформованими в різних сферах суспільного життя.

Доведено, що в межах соціального підходу інформаційне наповнення ЗОДТРК відображає дії в суспільному житті країни. Переважно увага акцентується на культурному, економічному, історичному, географічному аспекті населення**.**

Проаналізовано тканину інформаційного контенту, в залежності від різновиду інформації, що створюється різними змістовими елементами, до яких відносять насамперед факти, деталі, документи, свідчення, фрагменти ситуації. Не позбавлений він й елементів публіцистики, зокрема думок, оцінок, коментарів, ліричних відступів, репортажних замальовок.

Серед провідних засобів відтворення виокремлено деталі, точність викладу, статистичні дані, емоційно-експресивні одиниці, авторські роздуми, коментарі посадових осіб, очевидців подій.

Література

1. Вальтер фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики: навчальний посібник / За заг. ред. В. Іванова та А. Коль. – К. : Академія Української Преси. – 2005. – 229 с.
2. Каппон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: професійний порадник / Рене Дж. Каппон. – К. : вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 158 с.
3. Коновалов С. Региональные радиоканалы Украины: FM-диапазон / С. Коновалов // Маркетинг и реклама. – 2000. – Май-июнь. – С. 28-35

Іщенко Каріна
студентка 6 курсу фак-ту журналістики
Наук.кер.: к. філол. н., доц. Пирогова К. М.

РЕКЛАМНІ ЗАХОДИ СПОРТИВНИХ ЗМАГАНЬ ЄВРО 2012

Успіх будь-якої організації залежить від якісно розроблених рекламних заходів. Вони є запорукою позиціонування товару, послуги в суспільстві. Рекламні заходи складають цілісність рекламної кампанії. Зазвичай проводять їх для стимулювання попиту і поліпшення образу організації, або безпосередньо змагань. Поліпшення образу організації пов'язане не з безпосереднім продажем послуги, а із створенням сучасного іміджу спортивної організації, окремого виду спорту в цілому, або безпосередньо змагань.

При плануванні рекламних заходів акцентують увагу на створенні обізнаності у потенційних клієнтів (глядачів, рекламодавців, тощо) про існування спортивної організації, або про вид спорту чи безпосередньо змагання. Перед початком змагань ЄВРО-2012 були створені промо-ролики для загальної обізнаності населення про подію. Зокрема, Україна запустила свою іміджеву рекламну кампанию на всеукраїнських та міжнародних телеканалах «Мы заказали пять роликов одной из лучших мировых компаний. Четыре ролика, которые характеризуют каждый город (Киев, Харьков, Львов и Донецк) и один общеукраинский ролик. Они идут как внутри страны, так и за рубежом", - повідомив віце-прем'єр Борис Колесников. [1]

З метою обізнаності населення на міжнародному рівні, рекламні ролики транслювалися провідних світових телеканалах BBC, CNN, World News, Euronews, Eurosport, Eurosport2, Фокс.

Проведена широкомасштабна інформаційно-роз'яснювальна роботи для іноземних користувачів, виготовлення і розміщення програм, присвячених Україні і чемпіонату Євро-2012.

Формування прихильності по відношенню до футболу та загалом чемпіонату спостерігається при проведення рекламної кампанії всередині країни, а саме розміщення реклами на радіо, в газетах, журналах, популярних веб-порталах, проведення розважальних міні-квестів з врученням призів. Для надання необхідної інформації та з метою створення обізнаності населення в приймаючих містах була розміщена зовнішньої реклама.

Спонукання до участі ЄВРО-2012 в ролі вболівальників виготовлені невеликих іміджевих роликів України, спрямованих на залучення туристів, в тому числі після Євро-2012, які транслювалися на телебаченні та інтернеті.

Формування прихильності по відношенню до України та до футбольного змагання свідчить рекламний ролик «Зустрінемось в України», в якому присутня Ксенія Симонова, переможниця шоу «Україна має талант». Про це свідчить слова Романа Кожари, директора державного підприємства Центру комунікацій Україна-Всесвіт, підрозділу Нацагентства з підготовки до проведення Євро-2012. Який наголосив, що це дійсно hightime [*саме час*] нагадати або розповісти про країну, в якій відбудеться найбільша спортивна подія наступного року. І hightime презентувати дивовижні місця, заради яких варто їхати в Україну. [2]

Цікавими образами рекламної кампанії України до Євро 2012 стали сумнозвісніСпритко і Гарнюня (у стилі японського аніме!!!), які були створені в рамках кампанії під гаслом «Україна = відкритість». Окрім цих мультиплікаційних (у всіх аспектах) персонажів, до кампанії ввійшли кліпи, що мали ознайомити іноземців з нашою країною.

Отже, рекламні заходи ЄВРО-2012 мали довгострокову підготовку, орієнтувалися на формування прихильності по відношенню до виду спорту, спортивної організації та країн учасниць; створювали переваги перед іншими подіями, формували переконаність про необхідність вболівати та відвідати матчі тощо.

Література

1. http://economics.lb.ua/state
2. http://ua.korrespondent.net/

Приставка Ксенія
студентка 6 курсу, фак-ту журналістики
Наук. кер. : к. філол. н., доц. Пирогова К. М.

СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В М. ЗАПОРІЖЖЯ

Проаналізовано кампанії страхового бізнесу АХА та встановлено, що переважають тимчасові, зокрема короткострокові, середньострокові, довгострокові. Зовнішні кампанії представлені як партнерська участь, програми з працевлаштування та розвитку молоді, та спонсорство. За масштабом проведення сягають меж національних, міжрегіональних, регіональних, в поодиноких випадках локальні. Охоплення на локальному рівні відбувається за умов кризових ситуацій (політична та економічна ситуація в Донецькому регіоні) або під час відзначання річниці відділення (проведення внутрішніх PR кампаній).
АХА Страхування», присвячена п'ятиріччю компанії та тижня корпоративної відповідальності.

Страхова компанія звертає увагу на зворотній зв'язок з клієнтами, надає можливість різними способами встановити контакт з керівництвом, звернутися за допомогою та надати пропозиції. Кампанії, що проводить організація чітко структуровані, встановлюють чіткий алгоритм участі, акцентовані на оптимізацію витрат та подолання проблеми. За масштабом проведення сягають меж національних, міжрегіональних, регіональних, в поодиноких випадках локальні. Охоплення на локальному рівні відбувається за умов кризових ситуацій

(політична та економічна ситуація в Донецькому регіоні) або під час відзначання річниці відділення (проведення внутрішніх PR кампаній).

Серед рекламних кампаній, що проводяться НАСК «Оранта» провідними є тимчасові, середньострокові, що охоплюють страхування життя дітей та здорового відпочинку. Велика увага приділяється внутрішнім акціям, які базуються на зв'язках з громадськістю регіонального та державного масштабу. Подібні комунікації дозволяють отримати зворотній зв'язок від персоналу, зміцнити інтерес громадськості до роботи у сфері страхування і показати перспективність кар'єри на страховому ринку України.

Рекламна діяльність страхової компанії «Арсенал страхування» містить широкий спектр заходів, що спрямовані на інформування, закріплення пріоритетних позицій та якісного формування іміджу. Серед них виділяються кампанї зовнішні, тимчасові (довгострокові, середньострокові та короткострокові), що засвідчує організацію різних груп громадськості та масштабне охоплення в часі.

Отже, страхова компанія використовує рекламні кампанії для формування позитивного іміджу: постійна інформаційна присутність в ЗМІ, благодійна та спонсорська діяльність, участь у конкурсах та рейтингах, організація і проведення масових акцій з потенційними та існуючими клієнтами (виставки, конференції, семінари і т.д.), участь у роботі професійних та галузевих об'єднань, спілках, клубах, участь у діяльності консультативних комітетів та експертних рад при державних органах, організація та проведення заходів, спрямованих на підвищення страхової культури населення.

Література

1. Алєксєєв І. Страхові послуги: Навчальний посібник для студ. 4 курсу спец. / І. Алєксєєв, І. Кондрат, Н. Ярошевич. – Львів: Вид-во Національного ун-у «Львівська політехніка», 2006. - 203 с.

2. Бодуан Жан-Пьер. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: Пер. с фр. / Жан-Пьер Бодуан – М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА, 2001. – 233 с.

3. Борисов Б.Л. Технологи рекламы и ПР : учебное пособие / Б.Л. Борисов. – М. : Фаир – ПРЕСС, 2001. – 624 с.

4. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике / В.Л. Музыкант. – М. : Армада-пресс, 2002. – 688 с.

Холодний Павло
магістрант 1 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: д.філол.н.,проф.СеменецьО.О.

РОЛЬ МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ В ПОБУДОВІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Актуальність даної проблеми зазначається тим, що громадянське суспільство передбачає наявність сукупності цивілізованих відносин: економічних, соціальних, моральних, релігійних, національних тощо. До основних функцій громадянського суспільства належить, окрім повного задоволення матеріальних та духовних потреб людини, захисту приватної сфери життя, стримання політичної влади від тотального та абсолютного панування, ще й розвиток та стабілізація суспільних відносин, задля чого активно використовуються засоби масової комунікації [3]. Комунікативний процес є необхідною умовою становлення, розвитку і функціонування всіх соціальних систем, тому що саме завдяки йому стає можливим зв'язок між поколіннями, накопичення й передача соціального досвіду, його збагачення, розділення праці та обмін її продуктами, організація суспільної діяльності, трансляція культури. Саме завдяки комунікації здійснюється управління, і тому вона є тим соціальним механізмом, який сприяє реалізації влади в суспільстві.

В епоху інформаційного суспільства отримання, споживання, створення і розповсюдження інформації є домінантною ознакою сучасного життя. Інформація впливає на людину і чинить на неї цей вплив у самих різноманітних сферах людського буття. Одним із джерел отримання інформації та фактором впливу на формування громадської думки частіше за все стають ЗМІ. Система взаємовідносин між засобами масової комунікації і суспільством може вивчатися під різними кутами зору. Центральним стає питання: на яких принципах засоби масової комунікації функціонують в конкретних політико-економічних і культурно-історичних умовах. «Одразу слід зауважити, що навряд чи можливо запропонувати «ідеальну» схему взаємодії владних структур із засобами масової інформації: кожна країна тут шукає власні шляхи з огляду на соціокультурні традиції»[1, с.10]

Рівень довіри української громадськості до мас-медіа коливається залежно від багатьох чинників, проте загалом він є достатньо високим упродовж тривалого часу, і навіть перевищує відповідні показники довіри населення державним діячам і органам влади та більшості соціальних інститутів. Важливою складовою громадянського суспільства є свободна преса, телебачення та інші засоби масової комунікації, оскільки одним із основних етапів боротьби зі зловживаннями влади є розголос з боку ЗМІ протизаконних дій державних чиновників, які завжди намагаються приховувати свої злодіяння та беззаконня у таємниці. Рівень свободи ЗМІ, таким чином, добре корелює з рівнем демократії в країні. Ситуація з впливом медіа-комунікацій на стан життя в Україні може розглядатися в різних аспектах, але вже досить помітними стають тенденції небажання громадськості дозволяти владі тиснути на неї, тенденції готовності до цивілізованих форм діалогу між всіма прошарками суспільства, що все ж таки в Україні все більше уваги з боку громадських організацій приділяється формуванню свідомого і відповідального ставлення людини до свого життя та життя суспільства або окремих його груп.

Аналізуючи медіа-комунікацію як одну із складових розвитку суспільства у постіндустріальний період, можна виділити принципи її функціонування, дотримання яких є основною умовою побудови громадянського суспільства в Україні.

По-перше, треба зрозуміти, що комунікація починається зі створення клімату довіри. По-друге, зміст комунікаційних зусиль повинен бути узгодженим з реальною ситуацією, відповідати їй. І тут слід зазначити, що як би вміло і професійно не використовувалися засоби масової інформації, вони лише доповнюють повсякденне життя, думки та дії людей [2, с.205]. Контекст ситуації має надавати можливість брати участь у подіях і реагувати на комунікативні зусилля.

Медіа-комунікація є найбільш поширеним видом комунікації. Важливою стає необхідність її постійної підтримки, а також розуміння того, що комунікативна політика в сфері мас-медіа не має автоматично випливати з організаційної політики, а повинна формуватися шляхом узгодження. Такий підхід базується на принципі, за яким аудиторія, як правило, допускає вплив на себе лише в тому разі, якщо влада, або організація, використовуючи мас-медіа, готові до діалогу з нею (безпосередньо або опосередковано) заради узгодження принципів своєї діяльності. Це і стає ознакою становлення громадського суспільства в Україні.

Література

1. Березенко В.В. Соціальні комунікації в контексті становлення громадянського суспільства в Україні // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И.Вернадского. Серия «Филология. Социальные науки». – Симферополь – 2010. –Том 23 (62). – №4. – С.8–12.

2. Королько В.Г. Паблик рілешнз. Наукові основи, методика, практика / В.Г.Королько. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400с.

3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г.Почепцов. – М.: Рефл –бук Ваклер, 2001. – 656с.

Дядя Вікторія
студентка 4 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к. пед. н., доц. Костюк В.В.

ФАКТ ЯК ОСНОВА ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ

Спостерігаючи і вивчаючи життя, журналіст передусім зустрічається з фактами. За своїм значенням вони багатоманітні. Одні суттєві, значущі, інші − другорядні або незначні, треті − невиразні чи ілюзорні. Тому найперша сходинка в осягненні почутого, побаченого й поміченого – добір найсуттєвішого й вагомого, такого, що може бути використано для виконання редакційного завдання чи вияву власної творчої ініціативи [2, с.68].

Актуальність дослідження полягає в тому, щоб дослідити види фактів і їх використання газетярами в журналістських матеріалах. Серед дослідників цієї теми виділяємо В.Здоровегу, Г.Мельник, Д.Прилюка, М. Кімата інших. Однак науковці не подають єдиної думки з цього питання. Варто пам'ятати, що на кожному історичному етапі наукового пізнання з'являються нові аспекти розгляду.

Мета роботи – комплексний аналіз факту в сучасному журналістському дискурсі.

В. Здоровега стверджує, що факт (від лат. factum– зроблене) означає дійсну подію, те, що реально відбулося. Під словом «факт» прийнято також розуміти судження або в інший спосіб зафіксовану реальність. У першому випадку доцільно вести мову про реальний факт, в іншому – про відображений. Така двозначність слова призводить до плутанини, непорозумінь, судових розборів, оскільки під тим самим словом розуміють різні речі. Численні варіації на теми «факти підтвердилися», «факти не підтвердилися», «факти спростовані» є нічим іншим, як елементарною плутаниною. Якщо це реальний факт, тобто те, що відбулося в житті, то він не може бути ні спростований, ні підтверджений. Слід враховувати те, що зафіксований вербально чи в інший спосіб реальний чи об'єктивний факт завжди має елемент суб'єктивності й може бути помилковим, неправдивим [1, с.76].

На противагу попередньому досліднику Г. Мельник та А. Тепляшина визнали факт саме соціальним явищем і дали йому таке визначення: «Факт соціальний – одинична суспільно значуща подія чи певна сукупність подій. Факт і новина лежать в основі журналістської інформації. Під фактом розуміється типове явище» [4, с.269].

Д. Прилюк додає до цього, що процес повідомлення про точно встановлений, такий, що відбувся, ніяк незаперечний, факт або подію називається констатацією. В подальшому факт можна досліджувати, коментувати, критикувати, розкривати і зображувати [6, с.20].

Думку Д. Прилюка підтримує іВ. Здоровега:«Факти дійсності завжди конкретні, бо вони – наслідок певної події. Тому їх можна побачити, уявити, порівняти, відчути. Вони незаперечні, неспростовані, бо піддаються перевірці. Суспільство може захоплюватись ними чи засуджувати їх, але факти мали місце, сталися в ході суспільного життя і задокументовані людською свідомістю» [2, с.81].

Отже, факт у журналістиці – подія, що відбулася в реальному житті. Факт може бути одиничним, тобто називати певне явище чи бути складовою частиною сукупності фактів, які є аргументами для доведення тієї чи іншої думки.

Факти розрізняються за ступенем складності, тематикою й мірою узагальнення.

За роллю фактів журналістські виступи можна поділити на дві групи:

1. Подієва інформація, у якій факт відіграє самостійну роль і є до певної міри самоціллю;
2. Узагальнюючі, а тим більше аналітичні, концептуальні твори, де факти відіграють роль аргументів, служать для доведення певної думки, ідеї твору[1, с.79].

Наявні факти можна використовувати самостійно, навіть для доказу інших думок, що різняться від них, які хоче довести певний автор. На цьому, власне, й будується полеміка, коли опонент, використовуючи вже наведені факти, залучаючи нову інформацію, по-іншому тлумачить і пояснює їх [1, с.79].

У свою чергу В. Попов дає таку класифікацію фактів, які розрізняються саме за часовими особливостями та обмеженнями:

1) факти, що відображають учорашні-сьогоднішні події чи явища і для масової аудиторії ще невідомі;

2) факти, що відображають давно минулі події, але певна інформація, що стосуються неї, стала відомою тільки зараз;

3) факти, що повторюються з плином часу, але повторюються на новому ґрунті, за нових, сьогоднішніх обставин[5, с.196].

С. Корконосенкотверджує, що для журналістів об'єктивне висвітлення подій означає суворе дотримання факту. Якщо в інформаційних жанрах необхідно уникати оціночних суджень, то в аналітичних та художньо-публіцистичних творах факти є ілюстративним матеріалом та у вигляді опорних аргументів, що підтверджують ту чи іншу тезу. При цьому журналіст не тільки піддає факти всебічному аналізу, але і дає їм власне трактування та оцінку. У цьому проявляється суб'єктивізм журналіста [3, с.245].

Призначення фактів у журналістському творі багатофункціональне: вони можуть стати основою інформаційного повідомлення; можуть виступати як аргументи і науково обґрунтовані докази. Майстерність журналіста полягає в тому, щоб не тільки вміло оперувати фактами, а й правильно їх оцінювати, інтерпретувати, аналізувати, знаходити між ними суттєві причинно-наслідкові зв'язки.

Література

1. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : навчальний посібник / В.Здоровега. – Львів : ПАІС, 2000. – 180 с.

2. Здоровега В. Мистецтво публіциста : Літературно-критичний нарис / В.Здоровега. – К. : Рад. письменник, 1996. – 174с.

3. Корконосенко С. Основы журналистики / С. Корконосенко. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2004. – 320с.

4. Мельник Г. Основы творческой деятельности журналиста / Г. Мельник, О. Тепляшина – СПб. : Питер, 2006. – 272с.

5. Попов В. Проблемы факта в печатной пропаганде // Вопросы теории и методов идеологической работы / В. Попов. – М. : Мысль, 1972. – С.189-223

6. Прилюк Д. Спостереження і дослідження фактів журналістом / Д. Прилюк. – К. : Політвидав України, 1974. – 104 с.

Тоцька Валерія
студентка 1 курсу (магістр) фак-ту журналістики
Наук. кер.: д.пед.н., проф. Костюк В.В.

ІМІДЖ ТЕЛЕВЕДУЧОЇ ОЛЬГИ КОВАЛЬ НА ТЕЛЕКАНАЛІ «МтМ»

Місце телеведучого в системі цінностей телебачення - одне з чільних, якщо не головне. Він як виразник багатьох думок і тенденцій, як постать, що уособлює різні інтереси, має володіти багатьма рисами. Не аби яку роль в роботі телеведучого грає його імідж, адже саме на імідж в першу чергу звертає увагу глядач.

За визначенням, імідж (від англ. image — «образ», «зображення»), це штучний образ, що формується у суспільній чи індивідуальній свідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу. Імідж створюється з метою формування у масовій свідомості певного відношення до об'єкта. Може поєднувати як реальні якості об'єкта, так і надумані, неіснуючі. Отже, якщо йдеться про імідж, то маємо на увазі образ, те, що ми у першу чергу бачимо і оцінюємо. Не тільки те, що зовні, але, так би мовити, «всередині», саму суть: спосіб мислення, дії, вчинки тощо.

Варто враховувати той факт, що імідж телеведучого є перш за все комунікативною категорією, яку можна розділити на вербальну та невербальну. До вербального

комунікативного іміджу відносять дикцію, артикуляцію, темпоритм і динаміку мовлення, інтелектуальні, граматичні показники, голос тощо. До невербального комунікативного іміджу телеведучого належать міміка, жестикуляція, стиль одягу, зачіска, макіяж. Але потрібно пам'ятати, що, розділяючи імідж на дві комунікативні категорії, ми характеризуємо імідж телеведучого в студії під час запису або прямого ефіру. Але не можна обмежувати імідж телеведучого тільки студією, адже за її межами імідж має працювати так само бездоганно, як і в самій студії. Адже ведучий — це особа публічна, і після того, як вимикається камера, він так само, як і під час ефіру, повинен намагатися дотримуватися усталеного іміджу, тоді довіра до нього глядачів тільки зростатиме.

Л. Браун говорить, що для досягнення якісного іміджу програми до арсеналу публічного, «Я» ведучого мають входити такі досконало сформовані складники, як характер, інтелект, лінгвістичні чинники, інтонація, ритм, манера і стиль ведення програми, одяг, зачіска, макіяж тощо. Звичайно, інтелект не належить до компетенції іміджмейкера, проте щодо інших складників, то їх можна програмувати, формувати, впроваджувати й змінювати [1].

Популярність програми багато в чому залежить від особистості ведучого, який має окрім приємної зовнішності, добре розвинуті дикцію й артикуляцію; вербальні здібності; комунікативні здібності (уміння встановлювати контакти, вести бесіду); здатність тривалий час виконувати роботу у визначеному темпі; здатність утримувати увагу глядачів і слухачів; наявність сильного голосу; високий рівень розвитку словесно-логічної пам'яті (довгострокової і короткочасної); здатність контролювати свої емоції; здатність до імпровізації. Невербальна поведінка дає можливість телеведучому в контакті зі співрозмовником або учасниками передачі отримати важливу інформацію і, користуючись нею, скласти думку і враження про людину. Водночас знання способів невербальної комунікації, уміле використання їх у роботі, дадуть йому можливість удосконалити свій імідж і фахову майстерність.

Найпершим дослідженням телевізійного портрета ведучого була монографія В. Саппака «Телебачення та ми», у якій він говорив, що телевізійний портрет є найціннішим на телебаченні [2].

Спробуємо в нашому дослідженні проаналізувати імідж Ольги Коваль, телеведучої на телеканалі «МтМ». Ольга вже 15 років працює у телевізійній сфері, закінчила Запорізький національний університет, факультет журналістики. З 2012 року викладає в університеті. Зараз вона працює на телеканалі "МтМ" головним редактором редакції програм, має два власних проекти, є автором, ведучою та продюсером цих програм: Ділові та світські події Запоріжжя, красиві та успішні люди, новини бізнесу та культурного життя, авторський погляд на презентації, створення іміджу за рекомендаціями професіоналів. Все, що цікавить сучасну людину, висвітлюється в програмі "Деловой глянец".

Життєві історії відомих запорожців, душевні діалоги, особистості поза посад і звань. Неофіційна розмова з офіційними людьми, такою є тематика програми "Личность".

Від результатів роботи Ольги Коваль неможливо відвести погляд, легкість подачі інформації надихає. Спілкуючись з глядачем вона виглядає відкритою, складається враження, що бесіда йде саме перед вашими очима. Ользі притаманна жестикуляція, але її рухи в гармонії зі стилем висловлення.

На Ользі завжди стриманий макіяж та доглянута зачіска. Кожного тижня Ольга обирає новий одяг у доповненні ненав’язливого аксесуару. Загалом її образ є природнім та приємним для сприймання глядачем.

В. Шепель зауважує, що хороші зовнішні дані є тим здобутком, яким варто уміло розпорядитися. Як і в особистому житті, так і в професійній діяльності. Немає сумнівів, що вродливим людям легше створити ефект особистої симпатії. Проте одного разу психологи, проводячи експеримент, дійшли висновку, що у восьми з десяти випадків першочергово думки про людину складаються на основі її зовнішності [3].

Окрім вище перерахованих якостей, Ольга має відмінну дикцію, а для телевізійного журналіста — це неабиякий позитивний фактор.

Звичайно приємно дивитись на гарну картинку, але краще коли ця картинка з приємним голосом і правильною промовою.

Література

1. Браун Л. Имидж - путь к успеху / Л. Браун. – СПб.: Лига, 1997. – 205 с.
2. Саппак В. Телевидение и мы / В. Саппак. – М.: Искусство, 1963. – 173 с.
3. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В.М. Шепель. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 238 с.

Мальцева Валерія
студентка 2 курсу фак-ту журналістики
Наук. кер.: к.філол.н., доцент Абрамова І. Г.

ЕСЕ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ»

Жанрова палітра журналістських творів, окрім інформаційних і аналітичних, включає в себе ще й художньо-публіцистичний жанр, який у свою чергу, розкриває майстерність самого журналіста. Художньо-публіцистичні жанри – атрибут якісної преси, що впливає на суспільство інформативністю, аналітичністю, здатністю передбачати майбутнє, а не лише величезними тиражами, що є властивістю розважальної та рекламної періодики. До художньо-публіцистичних жанрів, на думку Н. Кенжегулової відносяться: нарис, зарисовка, есе, політичний портрет. У рамках цього жанру можна розглядати і документальну розповідь. Також до художньо-публіцистичних жанрів відносять памфлет і фейлетон [7].

На сьогодні есе, як жанр публіцистики, користується достатньою популярністю серед журналістів. Есе – невеликий за обсягом прозовий твір, що має довільну композицію й висловлює індивідуальні думки та враження з конкретного приводу чи питання, не претендує на вичерпне чи визначальне трактування теми. В есе як правило відсутній сюжет. Це своєрідний вільний «потік інформації» [4]. Теми есе відрізняються злободенністю і актуальністю. Есе як жанр з'явився ще в середньовіччі. Хоча художні тексти в стилі есе відомі з часів античності, появу цього жанру пов’язують з ім’ям Мішеля Монтеня, який з 1572 року й до кінця життя працював над своїм найбільшим літературним твором, що мав назву «Essai». На думку дослідника В. Кожинова, в античній літературі на порозі еллінізму «складається специфічна галузь словесної творчості, яка знаходиться десь на межі літератури й повсякденного мовного спілкування людей і, з іншого боку, на кордоні літератури й філософії» [6, с. 103]. Цю галузь літературознавець називає «менніпеєю» і зараховує до неї «Метаморфози» Апулея, «Сатирікон» Петронія, діалоги Лукіана тощо.

На думку О. Жолковського, термін «есе» походить з латинської мови exagium – «ваги», «зважування», exigo – «оцінювати», «вимірювати», «обмірковувати» [7]. Сучасні есе відрізняються гостротою та філософським осмисленням проблеми.

Якісна преса здатна формувати настрої еліти, що приймає важливі рішення, а відтак утримувати в полі свого впливу і все суспільство. Так, на сторінках газети «Дзеркало тижня», можна побачити статті різного жанру, зокрема, й есе.

Автори есе – справжні майстри у використанні засобів художньої виразності: метафор, порівнянь, символів, афоризмів, риторичних запитань, вдало підібраних цитат. Своє розуміння світу і свою позицію автор есе ілюструє цікавими аналогіями, прикладами, паралелями, спогадами, збагачуючи художньо-естетичну та пізнавальну змістовність тексту. Образність завжди збагачує розповідь, робить твір яскравим і мальовничим. Серед відомих українських есеїстів варто назвати – Євгена Маланюка, Остапа Вишню, Юрія Андруховича, Сергія Жадана, Василя Барку та ін.

У газеті «Дзеркало тижня» можна побачити всі художні засоби, властиві даному жанру. Наприклад, у «Есе про жадібність, або Дещо про смертні гріхи» можна побачити всебічність і оригінальність цього жанру. Використання вдалих цитат є більш за все

помітними («…як дотепно зауважив письменник Олександр Геніс, жадібність – не зовсім повноцінна вада, «щось на зразок хвороби шкіри: оскільки від неї не помирають, вона викликає не співчуття, а бридливість... не розрахована вона й на прощення – лише на глузування»). А «риторичне» питання («Америка – країна наджадібності?») яскраво показує гостроту жанру, що є однією з головних особливостей сучасного есе [2].

Есе «Я повернуся, хоча б у мріях…» також наповнене різноманітністю художніх засобів: метафори, які розкривають суть, хоча є чимось не досить чітким («каміння також вміє розмовляти»), порівняннями («як капітанська дочка») та ін. [3].

Ще одне есе-розповідь про відомого військового поета Семена Гудзенка, вірші якого були наповнені біллю війни. У творі наявна велика кількість цитат, які дуже вдало підібрані і розкривають його суть. («…Це поезія – зсередини війни. Це поезія учасника війни. Це поезія не про війну, а з війни, з фронту. Його поезія мені здається поезією-провісницею...») [4]. Проблематика есе є, з одного боку, завуальованою, а з іншого – відкритою, проте привертає до себе увагу, що є однією з головних особливостей цього жанру.

Есе захоплює читачів незвичною подачею викладу думок автора і легкістю сприйняття матеріалу, хоча зазвичай торкається надто складних тем. На сьогоднішній день есе є популярними й актуальними, оскільки автор може презентувати себе і свої погляди так, як він насправді вважає, інколи приховуючи деякі думки за метафорами і цитатами. Газета «Дзеркало тижня» досить часто публікує на своїх сторінках такі твори. І багато у чому «вдалість» матеріалу залежить від майстерності самого автора.

Література

1. Сененко С. Есе про жадібність, або Дещо про смертні гріхи / С. Сененко // Дзеркало тижня.Україна. – 2004. – № 26. – С. 15–16.
2. Чекалюк Н. «Я повернуся, хоча б у мріях…» / Н. Чекалюк // Дзеркало тижня. Україна. – 2004. – № 26. – С. 17-20.
3. Лагодинська Н. Мы не от старости умрем, – от старых ран умрем / Н. Лагодинська // Дзеркало тижня. Україна.– 2014. – № 3. – С. 14–15.
4. Кройчик Л. Система журналістських жанрів / Л. Кройчик [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://evartist.narod.ru/text5/64.h
5. Тертичний А. Жанри періодичної преси / А. Тертичний [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://osvita.125mb.com/janryi-periodicheskoy-pechati-uchebnoe-posobie.html
6. Кожинов В. Роман – эпос нового времени / В. Кожинов – М. : Наука, 1964. – 215 с.
7. «Массовая комуникация»: електоронный курс обучения. Режим доступу: http://www.unesco.kz/massmedia/index.htm

СЕКЦІЯ «ПСИХОЛОГІЯ»

Ахкозова Альона
студенка 2 курсу факультетуту СПП
Наук. Керівник: доц. Лукасевич О.А.

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ СТРАХІВ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Актуальність дослідження: У сучасному світі дитина є найбільш чутливою частиною соціуму, яка схильна до різноманітних впливів навколишнього середовища . Діти в дошкільному віці отримують найбільш значні уявлення про світ: про роль чоловіка, жінки, оточуючих людей, про сім'ю, про світ в цілому і про себе, і на цьому віковому етапі дуже важливим є супровід дитини в її відкриттях і своєчасне роз'яснення незрозумілих їй запитань . Чим ширші будуть здібності дитини до мислення і відтворення своїх почуттів, тим менша ймовірність що порожнечі у свідомості дитини стануть працювати проти неї утворюючи страхи. Прийнято називати таке явище розширенням свого «Я», коли більшість із того, що відбувається навколо усвідомлюється і приймається мисленням, замість того, щоб віддавати

владу невідомих явищ - або таємним силам, або інших причин. У такому випадку у підростаючої дитини з самого дитинства формується здорове сприйняття і вона більш адаптивна на наступних своїх життєвих етапах. Однак, далеко не всім дітям вдається вчасно допомогти в силу або їх скритності, або неуважності батьків і велика ймовірність формування у них дитячих нав'язливих страхів, які потім можуть отримати нову силу в підлітковому віці, якщо не буду вирішені
своєчасно.

Мета дослідження - виявити психологічні особливості страхів у дітей дошкільного віку.

Проблематика дитячого страху має не таку давню історію в психологічній науці. Але незважаючи на це, багато психологів розглядали цей феномен. Представник біогенетичного напрямку С. Холл поширював біогенетичний закон і на онтогенез страху. Він стверджував, що дитина переживає в процесі свого розвитку страхи, які зазнали тварини, а потім люди на різних етапах антропогенезу. Він писав, що в дитячих страхах збереглися численні сліди первісної психоплазми, з якої первісна людина створювала численні чарівні демонічні істоти. Доказом біогенетичного детермінізму є численні раціонально незрозумілі дитячі страхи.

Боязнь тварин більш ніж інші види страху, походить на зниклі рефлекси і відгуки психічних станів первісної людини , наявність яких у сучасної дитини можна пояснити ні фактами її індивідуального життя , ні нинішніми умовами її існування . Ці форми страху інтерпретуються автором як інстинктивний страх , тобто не має опори в індивідуальному досвіді . Також джерелом страху у дітей є важкий особистий досвід і вплив соціального середовища.

Згідно А. І. Захарову, розуміння небезпеки, її усвідомлення формується в процесі життєвого досвіду та міжособистісних відносин, коли деякі індиферентні для дитини подразники поступово набувають загрозливих впливів. У таких випадках можна говорити про появу травмуючого досвіду, психологічного зараження страхом від оточуючих дитини осіб та мимовільному навчанні з їхнього боку відповідного типу емоційних реакцій. Все це дає підставу говорити про умовно-рефлекторної мотивації страху, оскільки в ньому закодована емоційно перероблена інформація про можливість небезпеки.

Р. В. Овчарова виділяє наступні види страхів:

1) вікові - страхи відзначаються в емоційно чуттєвих дітей як відображення особливостей їх психічного та особистісного розвитку. Виникають вони під дією наступних факторів : наявність страхів у батьків , тривожність у відносинах з дитиною, надлишкове запобігання його від небезпек і ізоляція від спілкування з однолітками.

2) невротичні страхи характеризуються великою емоційною інтенсивністю і напруженістю, тривалістю, несприятливим впливом на формування характеру та особистості, взаємозв'язком з іншими невротичними розладами і переживаннями, униканням об'єкта страху. Невротичні страхи можуть бути результатом тривалих і нерозв'язних переживань. Частіше їми володіють діти чутливі, які відчувають емоційні труднощі у відносинах з батьками, чиє уявлення про себе спотворено емоційними переживаннями в сім'ї або конфліктними. Ці діти не можуть покладатися на дорослих, як на джерело безпеки, авторитету і любові.

Висновки. Страх - внутрішній стан, обумовлений загрожуємим реальним або передбачуваним лихом. З точки зору психології, страх є емоційним процесом. У теорії диференціальних емоцій К. Ізарда страх віднесений до базових емоцій, тобто є природженим емоційним процесом, з генетично заданим фізіологічним компонентом, строго визначеним мімічним проявом і конкретним суб'єктивним переживанням. Причинами страху вважають реальну або уявну небезпеку.

Бакаленко Анна
студентка 4 курсу фак-ту СПП
Наук. кер. : к. психол. н., доц. Губа Н. О.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК САМООЦІНКИ ТА РІВНЯ ДОМАГАНЬ ПІДЛІТКІВ

У наш час проблема самооцінки та рівня домагань у підлітковому віці є дуже актуальною, бо визначається потребами громадських інститутів, які включені у процес виховання і формування членів суспільства. Сім'я, школа, суспільство з кожним роком висувають до підростаючого покоління більш високі морально-етичні, соціально-політичні, ідеологічні вимоги.

Проблемами підліткового віку займалися Д. Фельдштейн, Л. Божович, Л. Виготський, Т. Драгунова, В. Мухіна, А. Фрейд. Науковці стверджують, що підлітковий вік – це найскладніший з усіх дитячих вікових етапів, період становлення особистості. У цей період відбувається вихід людини на якісно нову соціальну позицію, в якій формується і активно розвивається свідомість і самосвідомість особистості. У зв'язку з поступовим відходом від прямого копіювання оцінок дорослих у підлітка зростає опора на внутрішні критерії, і його поведінка починає все більше регулюватися його самооцінкою [2]. У цей період у підлітка з'являється потреба у прагненні знайти себе, у самоствердженні, тому самооцінка та рівень домагань відіграють велике значення у його житті.

Проблема самооцінки є центральною у дослідженнях У. Джемса, К. Левіна, А. Захарової, Г. Валіцкас, В. Сисенко та інших.

На думку А. Захарової, самооцінка – проекція усвідомлюваних якостей на внутрішній еталон, зіставлення своїх характеристик з ціннісними шкалами, а з іншого боку – це гордість, самовпевненість, позитивна чи негативна установка на себе. Слушною є думка Г. Валіцкаса про самооцінку як продукт відображення суб'єктом інформації про себе у співвідношенні з певними цінностями і стандартами, існуючий в єдності усвідомлюваного і неусвідомлюваного, афективного і когнітивного, загального і приватного. Самооцінка пов'язана з однією з центральних потреб людини – з потребою у самоствердженні, з прагненням знайти своє місце в житті, утвердити себе як члена суспільства в своїх очах і в очах оточуючих. Саме адекватна самооцінка сприяє внутрішній узгодженості особистості [4, с. 37].

Проблема рівня домагань розглядалася у роботах К. Левіна, Дж. Френка, Ф. Хоппе та ін. За визначенням німецького психолога К. Левіна, рівень домагань – це прагнення до досягнення цілей того ступеня складності, на яку людина вважає себе здатним. Рівень домагань може носити як приватний, так і загальний характер. На рівень домагань впливають успіхи і невдачі на життєвому шляху, і він тісно пов'язаний із самооцінкою, може бути завищеним або заниженим, адекватним чи неадекватним. На думку Дж. Френка, рівень домагань – труднощі в знайомому завданні, який індивід береться виконати, знаючи рівень свого попереднього виконання в цьому завданні.

Вивчення психологічних джерел, як вітчизняних, так і зарубіжних, дає можливість вибудувати систему певних взаємозв'язків між самооцінкою школярів-підлітків та рівнем їх домагань. Сучасні дослідження щодо співвідношення самооцінки та рівня домагань доводять, що при гармонійному поєднанні висотних характеристик самооцінки та рівня домагань може формуватися збалансована особистість, а при дивергенції рівнів останніх може виникати внутрішній дискомфорт, що викликає підвищення тривожності, агресивності [1. с. 18 – 19]. Ця невідповідність може породити внутрішньо особистісний конфлікт. Підвищення самооцінки та рівня домагань може позитивно вплинути на результати навчальної діяльності, а може викликати негативні наслідки. Якщо самооцінки вища за рівень домагань, то може виникати захисна стратегія щодо уникнення невдач, а це залежить від прагнення людини та її здібностей до подолання труднощів, які підвищують самооцінку і рівень домагань. Підвищення самооцінки за рахунок досягнення успіху в зоні підвищеної складності відображає стратегію подолання, яка є адекватною, але не завжди ефективною

через ризик неуспіху, що може призвести до повторного зниження самооцінки [3, с.70 – 71]. Самооцінка і рівень домагань впливають на соціальне становище підлітків у групі і на формування підлітка як особистість, його взаємини з оточуючими. Тому дуже важливо, щоб самооцінка і рівень домагань були на одному рівні, адже невідповідність між ними буде негативно позначатися на здоров'ї підлітків та навчальній діяльності.

Емпіричне дослідження взаємозв'язку самооцінки та рівня домагань проводилося серед учнів Запорізького навчально-виховного комплексу № 98 (58 школярів). Для проведення дослідження були використані наступні методики: метод опитування (дослідження самооцінки за методикою Дембо – Рубінштейн в модифікації А. Прихожан) та методика оцінювання рівня домагань особистості (опитувальник В. Гербачевського).

Отримані результати дозволяють зробити висновки, що у більшості підлітків (46 осіб) самооцінка вище рівня домагань, у десяти підлітків рівень домагань був однаковий із самооцінкою, лише у двох підлітків рівень домагань був вищий, ніж самооцінка. Отже, результати дослідження підтвердили взаємозв'язок самооцінки та рівня домагань.

Література

1. Зинько Е. В. Соотношение характеристик самооценки и уровня притязаний. Часть 1 Самооценка и ее параметры / Е. В.Зинько // Психологический журнал . – 2006, том 27 . – № 3. – С. 18 – 30.
2. Кон И. С. Психология юношеского возраста / И. С. Кон – М. : Просвещение, 1979. – 175 с.
3. Пукинский, О. В. «Тріада ризику» як прояв внутрішньоособистісних конфліктів / О. В. Пукинский // Психологічний журнал. – 2008, том 29. – № 5. – С. 63 – 72.
4. Юрчик С. Н. Психологические аспекты формирования самооценки в подростково-юношеском возрасте / С. Н. Юрчик // Социально - педагогическая работа. Серия «В помощь педагогу». – 2008 . – № 11. – С. 37 – 46.

Банах А.М.
студентка 3 курсу факультету СПП
Наук. керівн.: к. психол.н. Іщук О.В.

ЗАВДАННЯ ПАТОПСИХОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ХВОРИХ НА ШИЗОФРЕНІЮ

Актуальність дослідження. На сьогодні відомо багато патопсихологічних досліджень хворих на шизофренію, проте ці дослідження є застарілими. Тому є значна необхідність розширити і доповнити задачі патопсихологічного дослідження. Шизофренія протягом багатьох років є предметом клінічних спостережень та психологічних досліджень (Блейхер В.М., Кабанов С.О., Калінін В.В., Критська В.П., Курек М.С., Литвак В.А., Магомедова М.В., Марценківський І.А., Мелешко Т.К., Поляков Ю.Ф., Холмогорова А.Б. та інші). В останні роки у зв'язку з накопиченням досвіду з клініко-психологічної діагностики шизофренії (Алфімова М.В., Бурлачук Л.Ф., Вербенко В.А., Вербенко М.В., Вільянов В.Б., Ганзин І.В., Трубніков В.І, Уварова Л.Г.) значно посилився інтерес до практичних можливостей нейропсихологічних методик для більш об'єктивного визначення стану пацієнтів з метою подальшої реабілітації хворих на шизофренію.

Мета дослідження полягає у психологічному аналізі головних задач патопсихологічного дослідження хворих на шизофренію, а також обґрунтування розширення та доповнення існуючих задач.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Відомо, що задачами патопсихологічного дослідження є:

1) створення методів психологічного дослідження, які допомагають діагностиці психічних захворювань. Патопсихологічне дослідження, сприяє ранньому розпізнаванню патологічного стану, встановленню правильного діагнозу, від чого залежать і адекватність терапії, і виваженість рекомендацій щодо навчання, працевлаштування хворих;

2) розробка методів дослідження, які дозволяють оцінити ефективність різних способів терапії. Ефективність лікування насамперед оцінюється за тим, чи краще почуває себе хворий, чи стала більш упорядкованою його поведінка, чи відновилась працездатність. Дуже часто виникає потреба в об'єктивізації даних, здобутих шляхом спостереження та бесід з хворим і його рідними;

3) створення методів дослідження, спрямованих на рішення експертних питань. Дані патопсихологічного дослідження сприяють винесенню обґрунтованих рішень при проведенні експертизи здатності до навчання, експертизи працездатності, військово- та судово-психіатричної експертиз. Дані, які представляє патопсихолог, не лише сприяють безпомилковому діагнозу, але й дозволяють встановити ступінь вираженості психічного дефекту;

4) дослідження недостатньо вивчених психічних захворювань. Прикладом розв'язання цієї задачі може служити застосування патопсихологічних досліджень для встановлення структури психічних розладів, які виникають у хворих на СНІД.

Розглядаючи патопсихологічне дослідження, слід висвітлити такі проблемні кола: 1) один і той же патопсихологічний симптом може бути обумовлений різними механізмами, він може стати індикатором різних станів. Так, наприклад, порушення опосередкованої пам'яті або нестійкість суджень можуть виникнути внаслідок порушень розумової працездатності хворого (як це має місце при астенії різного органічного генезу), вони можуть бути обумовлені порушенням цілеспрямованості (наприклад, при ураженні лобових відділів мозку і при деяких формах і варіантах перебігу шизофренії), вони можуть бути проявом дезавтоматизації дій (при судинних захворюваннях мозку, епілепсії). Характер порушень не є патогномонічним, тобто специфічним, для того чи іншого захворювання або форми його перебігу; він є лише типовим для них і повинен бути оцінений в комплексі з даними цілісного психологічного дослідження; 2) ми не завжди можемо передбачати своєрідність ставлення хворого до експерименту, що залежить від його хворобливого стану. Наявність збудження або загальмованість – все це змушує експериментатора інакше будувати дослідження, іноді змінювати його хід; 3) дуже важливе питання інтерпретації отриманих даних, в основі якої лежить та або інша теоретична концепція. Наприклад, хворий виявляє погану пам'ять: це можна інтерпретувати як результат судинних захворювань, але це може бути і проявом зниження мотиваційної активності, як це спостерігається у хворих шизофренією; 4) під час патопсихологічного дослідження психолог повинен бути дуже обережним: часто один жест чи погляд експериментатора, його міміка можуть змінити ситуацію експерименту, ставлення хворого, а це означає, що і його дії можуть змінитися несвідомо для самого досліджуваного. Іншими словами, ситуація патопсихологічного експерименту – це відрізок реального життя, саме тому дані патопсихологічного дослідження можуть бути використані при вирішенні питань, що стосуються долі реальних людей.

Висновки. Отже, проаналізувавши задачі патопсихологічного дослідження ми дійшли висновку, що наведені проблемні кола можуть бути доповнені та розширені, що передбачає подальші психологічні дослідження даної проблеми.

Богданова Ксенія
студентка 3 курсу факультету СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доцент. Грандт В. В.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ВОЛОНТЕРІВ У СОЦІАЛЬНИХ УСТАНОВАХ

Актуальність дослідження з теоретико-методологічним обґрунтуванням проблеми. Волонтерстка діяльність - добровільна неприбуткова діяльність фізичних осіб — волонтерів, спрямована на надання допомоги особам, що перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги. Основним компонентом волонтерства є мотивація особи.

На сьогоднішній день волонтерська діяльність набуває широкого розповсюдження у зв’язку з підвищенням рівня самосвідомості громадян, прояву патріотизму, альтруїзму та співчуття до проблем, що виникли у районах воєнних дій. Волонтерство включає в себе поняття «альтруїзм», що виражається у безкористному діянні, яке принесе благо іншим людям. Серед чинників, що сприяють для вияву альтруїзму, а також у волонтерській діяльності є внутрішні та зовнішні мотиви. Аналіз літератури свідчить, що проблема мотивації волонтерів знайшла досить широке відображення в роботах таких науковців як С.В Михайлова, Б.П Ільїн, Х. Хекхаузен, Г. Мюррей, А. Маслоу, Е. С. Азарова, Д. Бетсон.
Мета : виявити головний мотив особистості як основний компонент волонтерської діяльності
Результати теоретичного аналізу проблеми.

Одним з найбільш вивчених компонентів волонтерської діяльності є мотивація. С. В. Михайлова бачить успішність формування мотивації добровольців в тому, що добровольча діяльність представляє унікальну можливість для людини поєднати задоволення своїх особистих потреб до потреб суспільства [3].

Б. П. Ільїн зазначає, що «прояв просоціальної поведінки пов'язаний з двома мотивами: морального обов'язку і морального співчуття. Людина з моральним обов'язком здійснює альтруїстичні вчинки заради морального задоволення, самоповаги, гордості, підвищення моральної самооцінки, ставлячись при цьому до об'єкта допомоги по-різному. Допомога носить жертовний характер. Люди з моральним боргом (а це в основному особи авторитарного типу) характеризуються підвищеною особистою відповідальністю. Людина з моральним співчуттям проявляє альтруїзм у зв'язку з ідентифікаційним-емпатичним злиттям, ототожненням, співпереживанням, але іноді не доходить до дії. Його альтруїстичні прояви нестійкі [2].

За просоціальною поведінкою лежить особливий мотив, і називають його мотивом альтруїзму. Альтруїзм проявляється за власним переконанням, без якого б то не було тиску з боку і базується на моральних нормах суспільства [2, с. 398].

Якщо спиратися на гіпотезу співпереживання альтруїзму Д. Бетсона, то можна говорити про те, що якась частина поведінки добровольців мотивується зовсім безкорисливим бажанням допомогти людині, що потребує допомоги. «Чистий» альтруїзм, вважає Д. Бетсон, вступає в гру, коли ми відчуваємо емпатію по відношенню до того, хто потребує допомоги.

Різноманітність мотивів добровольчої діяльності Е. С. Азарова умовно розділяє на компенсаторні мотиви, мотиви вигоди, мотиви особистісного зростання, ідеалістичні і мотиви розширення соціальних контактів [1, с. 167].

Ідеалістичні мотиви включають в себе: бажання сприяти змінам у суспільстві, бути соціально корисним, допомагати нужденним, відповісти за добро добром, боротися з певною проблемою, поліпшити добробут іншої особи, а також моральний борг і співчуття.

Л. А. Кудринська, класифікуючи мотиви добровольчої діяльності, вказує на те, що мотиви безпосередньо пов'язані з напрямком волонтерства. Так, якщо зачіпається сфера суспільно-політичних рухів, то це соціально-політична мотивація, так як доброволець відчуває себе активним суб'єктом історичної дії, має активну громадянську позицію.

Висновки. Отже теоретичний аналіз даної проблеми виявив, що головним мотивом вибору волонтерської діяльності в соціальних установах є ідеалістичні мотиви, що включають : бажання сприяти змінам у провин, бути соціально корисним; соціально-політична мотивація. Можна зробити висновок, що волонтерська діяльність, як і інші види діяльності, детермінована не одним, а декількома мотивами. Причому ці мотиви неоднозначні і різноплановими, у зв'язку з чим виникає питання про повну їх відповідно добровільної діяльності. Таким чином, необхідно виділити особливості мотивів волонтерської діяльності. О. В. Решетніков підкреслює, що провідні мотиви добровольчої діяльності повинні відповідати наступним вимогам: мати соціально вагомий позитивний характер, широку поширеність серед добровольців, відповідати загальнолюдським

цінностям, зберігати індивідуальні відмінності добровольців, сприяти розвитку добровільної діяльності, реалізації її цілей і завдань.

Література

1. Азарова Е. С. Психологические детерминанты и эффекты добровольческой деятельности / Азарова Е. С. – Хабаровск: 2008. – 287 с.
2. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Ильин Е. П. – СПб. : Питер, 2000. – 512 с.
3. Михайлова С. В. Десять советов по работе с добровольцами руководителю общественной организации // Волонтер и общество. Волонтер и власть. Научно-практический сборник / сост. С.В., Тетерский, под. ред. Л.В. Никитиной. - М.: "ACADEMIA", 2000. - С. 63-68.

Бондар Ганна
студентка 2 курсу фак-ту СПП
Наук. керівник: к. філос. наук, доцент Іванова Л.С.

ПРОБЛЕМА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

Проблема відповідальності у підлітковому віці у здатності приймати рішення самостійно, бути свідомим та відповідати за свої вчинки. Підлітковий вік є дуже важливим, особливим періодом у житті кожної людини, коли особистість лише формується. Тому є надзвичайно важливим момент особливої уваги на формування відповідальності починаючи саме з підліткового віку.

Підлітковий вік – це стадія онтогенетичного розвитку між дитинством і дорослістю (від 11-12 до 16-17 років), яка характеризується якісними змінами, пов’язаними із статевим дозріванням та входженням у доросле життя. Вчені визначають характерними для цього періоду сплеск самостійності, потребу у пізнанні себе та визначенні свого місця у суспільстві. Не можу не погодитися з думкою І. Булах, яка стверджує, що підлітковий вік є «часом досягнень, і часом певних втрат» [1, с.53]. Дитина прагне до пізнання, її оточує великий обсяг інформації, який їй тільки-но предстоїть засвоїти. Але у той самий час руйнуються минулі установки, формується світогляд, приходить усвідомлення своєї позиції як дорослої і самостійної людини. В. О. Сухомлинський зазначає, що моральною особою дитина може стати лише тоді, коли в її душі «назавжди оселяться совість, соромливість, відповідальність і обов'язок». Це, на думку педагога, чотири найважливіші джерела, що живлять моральну доблесть і культуру особистості [2, 261]. Вивчаючи розвиток особистості цього періоду життя, не можна не звернути увагу на сферу почуттів та потреб. Центральним моментом у сфері почуттів підлітка стає «почуття дорослості».

Яскравим проявом почуття дорослості є відповідальність. Відповідальність – це відношення залежності людини від чогось, що сприймається нею як визначальна підстава для прийняття рішень і вчинення дій. У психології (К. Абульханова-Славська, І. Бех, Л. Божович, М. Боришевський, Г. Костюк, Л. Колберг, О. Леонтьєв, А. Маслоу, К. Муздибаєв, Ж. Піаже, К. Роджерс, А. Роттер, М. Савчин та ін.) відповідальність тлумачиться як одна з найбільш загальних якостей, як результат інтеграції всіх психічних функцій особистості, оцінки власних чуттєвих ресурсів, емоційного ставлення до обов’язку, волі. Якостями відповідальної особистості є точність, пунктуальність, обов’язковість, готовність відповідати за наслідки власних дій, чесність, справедливість, принциповість. Не можна не погодитися із Н. А. Басюк, що почуття відповідальності виявляється як здатність усвідомлено брати на себе прості навчальні і морально-громадські зобов’язання, чітко дотримуватись їх виконання та передбачати наслідки власних наближених дій [3].

Для емпіричного дослідження відповідальності підлітків було обрано опитувальник ДУМЕОЛП – діагностика рівня морально-етичної відповідальності особистості І. Г. Тимощука. Дослідження проводилося із 30 учнями віком 15-16 років. У результаті було виявлено, що тільки 16% дітей мають високий рівень сформованої морально-етичної відповідальності. Їх відрізняє спокій, впевненість у собі, стійкість намірів, реалістичність поглядів, розвинене почуття власного боргу. 50% дітей мають середній рівень сформованої

морально-етичної відповідальності і 10% - низький, тобто, загальний фон активності, як правило, знижений. Їм властива імпульсивність і нестійкість намірів. Отже, з огляду на специфіку підліткового віку, ми розглядаємо ситуацію, коли діти стають більш самостійними, прагнуть до свободи вибору, але у цей самий час вони безвідповідальні. Найбільш сенситивним у плані становлення та розвитку відповідальності є саме критичний, з точки зору становлення особистості, підлітковий вік [4; 4]. Одним із найважливіших аспектів виховання – є виховання відповідальності в дитині, адже відповідальна особистість в існуючому суспільстві має більше шансів стати успішною, реалізованою і гармонійною.

Підсумовуючи усе вищесказане, можна зробити висновок, що сьогодні проблема відповідальності у підлітковому віці є гострою та актуальною. Нажаль, у нашій державі майже не ведеться робота з популяризації та пропаганди відповідальної поведінки серед підростаючого покоління. Підлітковий вік характеризується низькою відповідальністю за свої вчинки та наслідки, але відповідальність розвивається безпосередньо в активній діяльності, суспільно-корисному включенні індивіда. Батьки та близьке оточення дитини у цьому віці найбільш впливають на розвиток її особистісних якостей, формують почуття відповідальності за власні дії, вчинки, зрештою, за власне життя. Кожен підліток сьогодні має прагнути бути більш зрілою особистістю, суспільно активним та духовно відповідальною людиною, тоді його гармонійний, позитивний розвиток та зміни навколо, в суспільстві, не змусять на себе чекати.

Література

1. Булах І.С. Психологічні основи особистісного зростання підлітків: дис. …д.п.н.: 19.00.07 / Булах Ірина Сергіївна; Націон. пед. ун-т ім. М.П.Драгоманова. – К., 2004. – 581 с.
2. Сухомлинський В. О. Вибрані твори : в 5 т. / В. О. Сухомлинський. – К. : Рад. Школа. – Т. 4, 1977. – 640 с.
3. Басюк Н. А. Формування почуття відповідальності у молодших школярів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.07 "Теорія і методика виховання" / Н. А. Басюк. – К., 2005. – 20 с.
4. Прядеин, В.П. Половозрастные особенности ответственности личности. – Екатеринбург, 1998.

Бровко Анна
студентка 5 курсу ф-ту СПП
Наук. кер.: к. психол. н., доц. Спіцина Л. В.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА ТА ЗГУРТОВАНОСТІ КОЛЕКТИВУ

Актуальність проблеми. В умовах сучасного життя інтерес до проблеми взаємозв'язку стилю керівництва і групової згуртованості визначається, з одного боку, її прикладною значущістю для повноцінної життєдіяльності різноманітних організацій, а також потребою теоретичного осмислення результатів численних досліджень в даній галузі, - з іншого. Особливої актуальності в умовах істотних змін, трансформації та модернізації сучасного суспільства набуває проблема ефективного стилю керівництва як засобу досягнення цілей організації. Стиль управління керівника своїми підлеглими багато в чому визначає успіх організації, динаміку її розвитку.

Мета дослідження: виявити особливості взаємозв'язку стилю керівництва та згуртованості колективу.

Організація являє собою складну систему, і її визначною характеристикою є керівництво, яке забезпечує її цілісність, збереження і розвиток, координує дії, ступінь взаємодії з зовнішнім середовищем і, в кінцевому підсумку, досягнення поставлених цілей. Управлінське мислення і засоби впливу керівника на результати діяльності організації змінюються в напрямі від одновимірного до багатовимірного стилю управління.

Особистісний профіль керівника багато в чому визначає стиль управлінської діяльності, стиль керівництва. Стиль керівництва, на думку В. Г. Зазикіна, А. П. Чернишова, Р. Л. Кричевського та інших, являє собою систему управлінських впливів, зумовлених специфікою завдання, взаємовідносинами з підлеглими і особистісними особливостями керівника.

Під стилем керівництва розуміється сукупність найбільш часто застосовуваних керівником принципів і методів управління. Це звична манера поведінки та взаємодії керівника з підлеглими, котра виражається в тому, якими способами керівник, виконуючи свої функції, спонукає колектив до виконання покладених на нього завдань, як контролює діяльність підлеглих.

Слід зазначити, що окремі аспекти дослідження проблеми стилю керівництва вже були предметом уваги дослідників. Так, розроблено концептуальні підходи до сутності, складових, умов оптимізації стилів керівництва (Л. Карамушка, Р. Лайкерт, К. Левін, Д. Макгрегор, Л. Свенцицький та ін.), досліджено особливості стилів керівництва в освітніх (О. Бондарчук, Л. Карамушка, Н. Коломінський та ін.), комерційних (К. Бланчард, С. Джонсон, Т. Митчел, Р. Хаус та ін.) та інших організаціях.

Для ефективної діяльності керівник повинен визначити для себе та усвідомити певний стиль керівництва, здатний не тільки підвищити дисципліну, рівень продуктивності праці, але і вести до згуртованості колективу.

З позицій діяльнісного підходу (Г.М. Андрєєва, А.В. Петровський, А.І. Донцов), головною ознакою групи вважається соціально обумовлена спільна предметна діяльність. Якщо припиниться діяльність, перерветься існування групи. Для того щоб група вважалася спільністю, вона повинна володіти певними властивостями, такими, як стійкість існування, виразність групових кордонів, виникнення почуття єдності, близькість норм і моделей поведінки.

Психолог Д. Картрайт приходить до висновку, що групова згуртованість характеризується тим, якою мірою члени групи бажають залишитися в ній. Група, тобто трудовий колектив, задовольняє індивіда (працівника) тільки в тому разі, якщо він забезпечує перевагу виграшів над програшами більше, ніж будь-яка інша група.

Наведені результати теоретичного аналізу проблеми вказують на складну природу такої інтеграційної характеристики групи, як її згуртованість, обумовлену взаємозв’язком багатьох факторів: міжгрупових, групових, особистісних. У свою чергу, наслідки згуртованості відчутно позначаються на різних сторонах життя групи: від особистої адаптації її членів до загальної продуктивності групи.

Зазвичай керівник у колективі - ключова фігура. Від того, як він поводиться з людьми, яким чином і в що втручається або не втручається, що він робить для своїх підлеглих, залежить дуже багато.

Отже, результатом теоретичного аналізу проблеми стало виокремлення таких її прикладних аспектів, і відповідно, психолого – управлінських умов, як: шанобливе ставлення керівника до думки колективу і окремим працівникам, тактовне звернення, врахування їх індивідуальних особливостей, вміле стимулювання ініціативи та новаторства, а також своєчасне просування по службі на основі оцінки професійних якостей - все це безпосередньо і позитивно відіб'ється і на створенні сприятливої роботи і згуртованості колективу.

Література

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: изд-во МГУ, 1998. 431с.
2. Донцов А.И. Психология коллективов. М. Изд-во МГУ 2004. 246 с.
3. Кулініч І.О. Психологія управління: Навчальний посібник. - К. : Знання, 2008. - 292 с.
4. Обозов М.М. Психологія міжособистісних відносин. - Київ: Наука. 2006. -191 с.
5. Толочек В.А. Стилевые характеристики и взаимодействие руководителя в управленческой структуре. Статья. Вест. Моск. ун-та, №3 1995.

Вовна Андрій
психолог відділу освіти Підволочиської РДА
Наук. кер.: к. психол. н., доц. Калюжна Є.М.

ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ОСОБИСТОСТІ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Постановка проблеми. Сучасні інформаційні засоби існують для того, щоб доносити до людей певні ідеї. Проходячи інформаційні трансформації, основна ідея не завжди попадає до реципієнта у чистому вигляді. Чи можна вважати ідею поведінковим актом, навіть якщо вона не є повністю усвідомленою? Саме у переживанні ідеї, втіленні її крок за кроком у реальному житті, полягає поведінковий акт, але він не є сама ідея. Інакше кажучи, певна поведінка людини не вказує прямо або ж взагалі може не вказувати на причину, яка спонукала до такої поведінки.

Метою статті є обґрунтування актуальності дослідження проблеми психологічного здоров'я особистості у контексті сучасних соціо-економічних умов.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні прийнято вважати, що вагому частину інформації (70-80%) людина черпає очима. Проте, людські очі – не відеокамера, що безперервно фіксує інформацію на записуючому пристрої. Існують такі речі, як увага, пам'ять, які також мають свій ресурс. Демонстраційний відеоматеріал може не усвідомлюватися, якщо людина не зможе охопити його обмеженим ресурсом своїх психічних процесів. Не слід також забувати про таке явище, як інтерес, який здатен активувати психічні процеси.

Народжуючись у розумі людини, ідея здатна реалізуватися у найрізноманітніший спосіб. Але спочатку її потрібно «вивести на люди» у якійсь прийнятній формі. Навіть якщо ідея буде зашифрована та являтиме собою таємницю, вона здатна породити ідею розгадати її. Здається, що це простий та зрозумілий приклад того, як перша ідея породжує другу. У цьому сенс багатьох творів мистецтва, що збуджують уяву та не перестають привертати до себе увагу.

Підводним камінням сучасного способу життя є ілюзія того, що людина отримує саме те, що їй потрібно. А те, що потрібно, диктує мода, реклама, референтна група тощо. Перемикаючи телевізійні канали чи «гортаючи» інтернет-сторінки, слухаючи радіо або просто прогулюючись містом, людина чи не щосекунди отримує все нові і нові ідеї, де, коли, яким чином витратити свій час та гроші. Якщо немає потрібної суми – можна взяти кредит.

Інформація, яку отримує людина з телебачення, соціальних мереж тощо, дає людині не тільки відчуття справжнього життя, а ще й відчуття благополуччя. Тим самим, переживання віртуального життя, є запорукою психологічного здоров'я сучасної людини. І все це незалежно від того, яку справжню ідею переслідував, наприклад, рекламодавець чи режисер фільму. Ніхто ж не вмикає телевізор задля того, аби побачити рекламу пива вітчизняного виробника, відчути єдність зі всією країною і гордість за Батьківщину?

Існуючий на сьогодні економічний спосіб життя суспільства не вимагає від людей уважності, проте, вимагає до себе все більше уваги. Телевізійні канали ведуть боротьбу за рейтинги: чим більше глядачів прикуті до телешоу, чим частіше вони повертаються до перегляду серіалу, тим глибше закріплюється реклама у мозку людини, тим більші продажі послуг і товарів. Продаючи або купуючи щось, людина втілює у життя свою або чиюсь ідею, стає її частиною, можливо й не здогадуючись про її суть.

Телеекран чи біле полотно, на яке проектується відеоматеріал, так само, як текст, обмежений одним чи кількома реченнями, звужує увагу глядача до своїх розмірів. З одного боку, відбувається економія «психічних витрат» (сприйняття, уваги, пам'яті). З іншого боку, неповне розкриття інформаційного матеріалу стимулює у подальшому уяву, фантазії, мрії. І якими будуть фантазії у телеглядача, залежатиме від його бажань, потреб та якості інформації, яка потрапляє безперешкодно, через вузький канал сприйняття, уваги та пам'яті у мозок людини. Фокусуючи увагу на якомусь предметі (кіноперсонаж, рекламний продукт,

голос тощо), телеекран ніби вказує, на кого слід рівнятися, який образ та голос любити, як поводитись, що їсти, які життєві принципи наслідувати.

Засоби масової інформації, впливаючи на широкі маси, присипляють індивідуальність настільки, щоб людина відчувала, або ж хотіла відчувати, бажання бути членом тієї маси. Скажімо, 25 кадр з екрану постійно нагадує: «Якщо не будеш одягатися ось так… Якщо не будеш дивитися ось це… Якщо не будеш слухати ось це… Якщо не будеш купувати ось це, то тебе не будуть любити і ти залишися на самоті зі своїми думками…». Тож можна припустити, що тривога просто необхідна для сучасної людини, щоб оточувати себе всіма тими речами, які їй пропонує ринок: починаючи від всякого роду напівфабрикатів, продовжуючи розмаїттям швидкозмінної побутової техніки та модного одягу і, нарешті, закінчуючи пігулками від усіх хвороб на світі у звичайній аптеці.

Висновки. З огляду на вищесказане, стає очевидним те, що обмеженість та масовість отриманої інформації виконує дуже важливу для сучасної людини місію – збереження психічного здоров'я шляхом спільного переживання людьми подій, які відбуваються у світі. Але, переживаючи за події, до яких людина ніяким чином не має відношення, закохуючись у вигаданих персонажів, яких ніколи не торкнеться, бажаючи та споживаючи псевдопродукти, які насправді є шкідливими для здоров'я, вкінець, стимулюючи та підтримуючи економічний суспільний лад, людина віддаляється від реальності. Переживаючи нереальне життя, людина ніби утримує свій душевний стан на встановленому неписаними нормами рівні. Та якщо сучасний економічний лад суспільства визнати за норму, а поведінку людей у ньому за психічно здорову, то й запитання не повинні виникати.

Войцеховська Вероніка
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доц. Губа Н.О

ДУШЕВНЕ ПОТРЯСІННЯ АБО СТАН АФЕКТУ

У психологічній практиці досить часто зустрічаються випадки неконтрольованих свідомістю і волею людини вчинків, які зазвичай стираються в пам'яті цієї людини, після їх вчинення. Дане явище має назву «стан афекту» і виникає внаслідок утворення внутрішнього конфлікту, або як відповідна реакція на несподівано виниклу критичну ситуацію. Причинами афекту можуть служити також різні обставини, які здатні змінити психічний і душевний стан людини. Таким чином, стан афекту в психології увазі сильне емоційне переживання, яке виникає на невеликий період часу і пов'язане зі зміною обставин, які представляють особливу важливість для суб'єкта. При цьому у людини спостерігається підвищена рухова активність, емоційне збудження, яке здатне викликати параліч, виразна міміка і мова, а також перебудова роботи внутрішніх органів. Також, стан афекту може бути викликане несподіваною появою стресовій ситуації.

Прийнято розрізняти такі афекти, як фізіологічний і патологічний.

Афект фізіологічний пов'язаний з виникненням короткочасної емоційною реакцією, що супроводжується змінами у свідомості людини, при цьому спостерігається підвищена рухова активність.

Афект патологічний є хворобливим станом і має декілька стадій прояви. Так, на початковому етапі виникає емоційне напруження, яке наростає в міру тривалості травмуючої конфліктної ситуації, внаслідок чого настає гостра афективна реакція. На другій стадії виникає невмотивована рухова активність, свідомість людини при цьому порушується. Остання стадія афекту характеризується рухової загальмованістю, часто виникає термінальний сон і амнезія. Можна сказати, що стан афекту в патологічній формі характеризується неосудністю людини, так як він повністю втрачає контроль над собою.

Психологами виділяється кілька видів афекту:

1.Классіческій. Відбувається у вигляді короткочасної бурхливої реакції на подразник.

2. Акумулятивний. Характеризується тривалістю накопичення негативних емоцій з подальшим їх вибухом.

Також виділяють стеніческій і астенічний афекти. У першому випадку у людини спостерігається поява сили і реакції на подразник, які в звичайному житті не притаманні йому. У другому випадку виникає одна певна емоція, як відповідна реакція на виниклу ситуацію, наприклад, паніка або страх.

Прийнято вважати, що афекти виникають найчастіше у людей, які не беруть самоконтроль, тому ніколи себе не стримують, і у людей, що володіють певними типами темпераменту і моральної вихованістю.

Таким чином, стан афекту завжди супроводжується руховою активністю, змінами міміки, мови, жестів, нарешті, зовнішнього вигляду людини. Найголовнішим при цьому є раптовість його освіти і швидке оволодіння свідомістю людини. Афекту притаманні неадекватні реакції суб'єкта, спотворення їм оцінки всього, що відбувається. Таке явище, як стан афекту, супроводжується змінами в організмі людини, при цьому підвищується рівень адреналіну, кров'яний тиск, порушується робота судин, внутрішніх органів, а також координація рухів, що може служити причиною розвитку астенії та загострення хронічних захворювань.

Література

1. Балабанова, Любовь Матвеевна. Судебная патопсихология (вопросы определения нормы и отклонений). — Донецк: Сталкер, 1998. — 432 с

2. Зайцев А. В. Соотношение ограниченной вменяемости с физиологическим аффектом и физиологическим опьянением / Зайцев А. В. // Держава і право: збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. — Київ: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2003. — Вип. 22. — С. 484–489.

3. Понятійно-термінологічний словник логопеда /Под ред. В. І. Селіверстова. — М.: Гуманітарний видавничий центр ВЛАДОС, 1997. — С. 59-60.

4. Бандурка А. М. Юридическая психология: Терминологический словарь / [сост. Бандурка А. М., Венедиктов В. С., Тимченко А. В., Христенко В. Е., Калиновский В. Б.]; под ред. Бандурки А. М. — Х.: Тимченко, 2005. — 432 с.

Голощапова Юлія
студентка 2 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. псих. н., доцент Лукасевич О. А.

РОЗВИТОК САМОСВІДОМОСТІ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

Актуальність дослідження. У даній роботі ми розглянемо процес розвитку самосвідомості у підлітковому віці. Самосвідомість – одна з найважливіших складових людської психіки, а підлітковий вік є одним з найскладніших етапів в онтогенезі, тому вивчення особливостей особистості підлітка актуально для сучасного суспільства в психологічному, педагогічному та соціальному відношенні.

Мета дослідження. Розкрити соціально-психологічні аспекти розвитку самосвідомості підлітків.

Теоретична частина. Самосвідомість - сукупність уявлень індивіда про самого себе, також називається ще Я-концепція. Ерік Еріксон зробив наголос на динаміку розвитку Я на протязі життєвого циклу. Він розглядав особистість як об'єкт впливу соціальних і історичних сил, а Я постає як самостійна особистісна структура. Еріксон стверджує, що Я проходить у своєму розвитку через декілька універсальних стадій. Послідовне розгортання життєвих стадій – результат взаємодії біологічного дозрівання індивіда з розширеним простором його соціальних зв'язків.

Я - концепція є динамічна система само-установок. Ця система само-установок сама має структуру встановлення і, відповідно, має когнітивний, афективний і діяльнісний компоненти. Взаємодія названих структур обумовлює поведінку індивіда, впливає в свою

чергу на їх актуальний стан. Функціонування цієї структури загалом обумовлює самоусвідомлення індивіда.

Підлітковий вік – важкий період статевого дозрівання і психологічного дорослішання. Завдяки бурхливому зростанню і перебудові організму в підлітковому віці різко підвищується інтерес до своєї зовнішності. У підлітковому віці продовжує розвиватися теоретичне рефлексивне мислення. Одна з яскравих особливостей цього періоду – особистісна нестабільність. Підліток має сильні, іноді гіпертрифовані потреби в самостійності і в спілкуванні з однолітками.

У підлітковому віці послідовно виявляються дві особливі форми самосвідомості: почуття дорослості і «Я - концепція». Почуття дорослості – ставлення підлітка до себе як до дорослого, відчуття і усвідомлення себе в якійсь мірі дорослою людиною. З розвитком самосвідомості пов'язане і виникнення в підлітковому віці схильність до самоти, почуття самотності, незрозумілості і туги. Наприкінці підліткового віку, на кордоні з ранньої юністю, уявлення про себе стабілізуються і утворюють цілісну систему – «Я-концепцію».

Сім'я є першим соціальним середовищем, у якому бере початок самосвідомість дитини. Як відомо, перехідний вік — період емансипації дитини від батьків, виникнення у підлітка почуття дорослості, прагнення до самостійності. І дуже важливо, щоб батьки в цей важкий для їх дітей період змогли перебудуватися — прийняти почуття дорослості своєї дитини.

Методика та організація дослідження. Для експериментального дослідження процесу розвитку самосвідомості у підлітковому віці ми використовували опитувач Розенберга. Опитувач Розенберга застосовували для виявлення особливостей розвитку емоціонально-афективного компоненту образу «Я». Підліткам була запропонована анкета, яка складалася з 10 тверджень, 4 варіантів відповіді на них та 2 шкал (самоповага та самозневага).

За результатами тесту можна виявити такі показники: рівень самоповаги: достатньо висока самоповага - 60%, середня самоповага - 30%, дуже висока та низька самоповага - по 5%; рівень самозневаги: мінімальна самозневага -95%, вимогливе відношення до себе – 5%.

Висновок. Таким чином, ми обґрунтували, що один з найважливіших моментів у розвитку особистості підлітка — формування у нього самосвідомості, потреби усвідомити себе як особистість. Після експериментального дослідження процесу розвитку самосвідомості у підлітковому віці можна зробити висновки, що в цей період людина має дуже високий рівень самоповаги та самооцінки. Цей фактор може відображатись на спілкуванні з іншими людьми. В свою чергу, критичність та вимогливість знаходяться на низькому рівні й повільно розвиваються.

Роблячи висновок після зробленої роботи, можна сказати, що вона має практичну важливість, адже дослідження підліткової самосвідомості ведеться більше, ніж 50 років, а єдиного підходу в теорії досі не існує.

Голубенко Вікторія
Студентка 3 курсу факультету СПП
Наук. кер.: к. психол. н, доцент Іщук О.В.

ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА ПЕРЕВАЖНИЙ ВИБІР ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

В наш час реклама є невід'ємною частинною життя сучасної людини. Реклама не просто існує поруч із нами – вона здійснює безпосередній вплив на нашу свідомість, визначаючи наш вибір тих чи інших продуктів існування.

Інколи, навіть того не помічаючи, люди піддаються впливу реклами. Різні відомі фірми і бренди в яскравих обгортках, які так активно розхвалюють у рекламних роликах, ніби створюють образ успішної людини. Це сприяє тому, що споживачі купують товар, який їм не потрібен і з часом таких людей стає дедалі більше. Якщо люди будуть усвідомлювати

вплив реклами, то вони будуть більш об'єктивно оцінювати якість товару опираючись переважно на свій особистий досвід і оминаючи рекламні ілюзії.

Великий внесок у психологію реклами зробили такі відомі вчені, як В. Блюменфельд, К. Марбе, В. Меде, Г. Мюнстерберг У. Д. Скотт, Дж. Б. Уотсон, И. Штерн, , К. В. Шульте. Із українських авторів, які займалися даною проблемою, можна виділити Краско Т. Н., яка в своїх роботах приділяє особливу увагу процесам психологічного впливу реклами та її психологічної ефективності, Почепцова Г. Г. – президента Української асоціації паблік рілейшнз, якому належить безліч праць, стосовно PR- технологій, Примак Т. О., яка у свої роботі робила акцент на дослідженні актуальних аспектів теорії і практики рекламного креативу та багато інших.

Таким чином, основною метою роботи є дослідження впливу візуальної реклами на переважний вибір харчової продукції.

Щоб перевірити даній феномен, була запропонована наступна гіпотеза: найбільш відомий бренд буде переважати у виборі харчової продукції споживача.

Для перевірки гіпотези був використаний опитувальник особистої розробки.

Було проведено експеримент на дослідження впливу візуальної реклами на вибір харчової продукції. В експерименті приймали участь 24 студента ЗНУ з факультету іноземної філології, біологічного факультету, факультету соціології та управління та факультету фізичного виховання. Вік опитуваних становив від 18 до 22 років. В опитуванні приймали участь як жінки, так і чоловіки .

Для експерименту знадобився шоколад «Чайка» та обгортки з шоколадок «Рошен», «Світоч» і «Любімов». Шоколадку «Чайка» порізали невеликими шматочками так, щоб було неможливо її розрізнити. Далі розклали шоколадку на три купки, відповідно до обгорток вже відомих шоколадок.

Опитування проводилося у гуртожитку. Перш за все у студентів запитували, якому шоколаду вони надають перевагу у житті взагалі, а потім пропонували спробувати наш шоколад і обрати той, який їм більш сподобався. Крім цього у опитуваних запитували, чим саме сподобався чи не сподобався їм той чи інший шоколад.

В результаті експерименту були отримані наступні дані: 58% опитуваних, спробувавши шоколад, обрали бренд «Рошен». На другому місці шоколад «Любімов» із 29,5% і третє місце займає шоколад «Світоч» із 12,5%. Також варто звернути увагу на той факт, що 29% опитуваних у виборі шоколаду відштовхувалися від своїх попередніх установок щодо переважаючого бренду.

Причому, дегустуючи шоколад, спочатку досліджувані не виділяли якийсь один із них , але поступово, коштуючи «різні» марки, вони ніби запевняли себе в перевазі одного над іншими. Були навіть такі, які стверджували, що шоколад у першій купці набагато ніжніший, ніж у другій, та навпаки. Деякі запевняли, що раніше завжди купували цей шоколад, і знають, що він кращий. Навіть коштуючи «наш» шоколад, вони не змінювали своєї думки.

Можна впевнено стверджувати, що психологічна установа, дана на початку опитування, в значній мірі знайшла своє відображення і в результатах експерименту. З цього ми бачимо, що візуальна реклама здійснює значний вплив на свідомість людини.

Тож можна зробити висновок, що гіпотеза про те, що найбільш відомий бренд буде переважати у виборі харчової продукції споживачем підтвердилася.

На основі отриманих даних можна підсумувати, що установка, а в нашому випадку - це відомий бренд, впливає на вибір продукції і блокує власні відчуття особистості, і чим сприйнятливіша людина до установок, тим сильніше блокується її власна думка, тим більше вона схильна підкорюватися обставинам, що нав'язує їй середовище.

Гришун Марина
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. психол. н., доц. Калюжна Є.М.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ У ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства особливо актуальною є проблема синдрому емоційного вигорання вчителів. Це викликає необхідність розгляду прихованих механізмів професійної діяльності, що здатні призвести до того, що професіонали перестають справлятися зі своїми обов'язками, втрачають творчий настрій щодо предмету й продукту своєї праці. Існує достатньо велика кількість досліджень даної проблеми, проте, інтегрованої, узагальненої, загальновизнаної моделі феномену емоційного вигорання, підкріпленої систематичними науковими дослідженнями, дотепер не створено.

Метою статті є психологічний аналіз феномену емоційного вигорання особистості та визначення його чинників у педагогічних працівників.

Виклад основного матеріалу. Основна гіпотеза дослідження полягала в тому, що синдром емоційного вигорання розвивається у процесі тривалої професійної діяльності педагога, а також тим, що на формування синдрому емоційного вигорання впливають як особистісні якості педагогів, так і організаційні характеристики їх діяльності.

Симптоми емоційного вигорання вказують на наявність тривалого стресу та психічного перевантаження, що призводять до повної дезінтеграції різних психічних сфер і, перш за все, емоційної. Емоційне вигорання має безпосередній зв'язок із психологічним стресом, а саме, виступає відповідною реакцією на тривалі психічні навантаження у сфері міжособистісних комунікацій.

Г.Сельє виділив три стадії стресу: тривога, резистентність (опір) та виснаження. При емоційному вигоранні виявляються ті ж самі стадії. Протягом першої стадії напругу створює хронічна психоемоційна атмосфера, що спричиняє дестабілізуючий вплив. Нервова напруга є передвісником та пусковим механізмом формування емоційного вигорання. Стадія резистентності характеризується тим, що індивід намагається захистити себе від неприємних вражень, прагне до психологічного комфорту, намагається знизити тиск зовнішніх обставин за допомогою засобів, що є в його розпорядженні. На стадії виснаження відбувається зниження психічних ресурсів та емоційного тонусу внаслідок того, що виявлений опір був неефективним. Емоційний захист у формі вигорання стає невід'ємним атрибутом особистості.

Особливою групою ризику з точки зору виникнення емоційного вигорання є педагогічні працівники. Вчителі – саме та категорія професіоналів, яка найбільш схильна до вигорання внаслідок специфіки професійної діяльності. До основних чинників, що обумовлюють вигорання педагогів, належать: щоденне психічне перевантаження, самовіддана допомога, висока відповідальність за учнів, дисбаланс між інтелектуально-енергетичними витратами та морально-матеріальною винагородою, рольові конфлікти. Крім того, низька оплата праці з відносно низьким соціальним статусом вчителя також спричиняють емоційне вигорання.

Зміст праці вчителів як група чинників включає кількісні та якісні аспекти роботи з учнями: їхню кількість, ступінь глибини комунікаційного контакту. Велика кількість учнів у класі може призвести до недоліку елементарного контролю, що сприятиме вигоранню. Також педагогам часто доводиться мати справу з дітьми із соціально-неблагополучних сімей. Будь-яка критична ситуація з учнями, незалежно від її специфіки, негативно впливає на вчителів і може також стати чинником вигорання.

Що стосується індивідуальних чинників, то до цієї групи входять соціально-демографічні та особистісні особливості. В.Е.Орел відзначає, що з усіх соціально-демографічних характеристик найтісніший зв'язок з вигоранням мають вік та трудовий стаж. Причиною спаду професійної діяльності вчителя зрілого віку, за Ю.Л.Львовим, є педагогічна

криза. Причини цієї кризи полягають: у прагненні педагога використовувати нові досягнення науки і неможливості їх реалізувати у короткі терміни; відсутності віддачі учнів; невідповідності очікуваного та фактичного результату; виникненні шаблонів у роботі; в усвідомленні того, що потрібно змінити ситуацію, що склалася, але як її міняти вчителеві невідомо.

Підводячи підсумки, слід відзначити, що виходячи з реалій сучасного життя, проблема емоційного вигорання вчителів вимагає подальшого розгляду та проведення ґрунтовних експериментальних досліджень.

Усе вище сказане свідчить про те, що проблема підсвідомого психологічно захисту, поставлена в психоаналізі, все ще не є вирішеною, оскільки безліч питань досі залишаються відкритими і чекають своїх обґрунтованих відповідей.

Губа Анастасія
студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доцент Грандт В.В.

СТИЛЬ КЕРІВНИЦТВА КОЛЕКТИВОМ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНО ПСИХОЛОГІЧНІ НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Соціально-економічні зміни у суспільстві, які торкаються різноманітних сторін соціальної структури, але найчастіше проявляються у стосунках між людьми, між керівництвом та підлеглими, між різними соціальними класами, вимагають постійного звернення до людини, як основної ланки суспільного та економічного прогресу та предмету управління з боку організацій, до яких вона належить [1]. Перехід української держави до нового способу мислення, до ринкової економіки, в значній мірі змінив погляд людей на деякі речі, вплинув на їх відношення до життя. Кожна людина, турбуючись про своє фізичне та психічне благополуччя, протягом свого життя робить вибір, приймає рішення, відповідає за їх наслідки, спираючись головним чином на власні сили й здібності.

Для того, щоб відбулися позитивні зміни у суспільстві, необхідно змінитися його членам, а саме необхідне отримання ними нових, можливо, й незвичних навичок взаємодії між собою, напрацьовування нового способу мислення та вміння обирати напрямок занять й майбутню роботу відповідно до своїх нахилів та здібностей. Насамперед, це стосується керівника як особистості з новим типом мислення, з сучасними поглядами на життя, на взаємовідносини і стосунки між людьми - його діяльність повинна відповідати вимогам і процесу розвитку сучасного суспільства. Функціональний зміст керівника організації потребує конкретного способу реалізації основних функцій управління, який виражається у стилі керівництва - способі взаємодії з підлеглими та вирішенні виробничих задач. В умовах сучасного конкурентного ринку від особистості керівника, від рівня його кваліфікації й особливо від стилю й спрямованості його діяльності, залежать темпи, якість й доходи підприємства. Слід додати, що для малих та середніх підприємств роль особистості керівника (менеджера) є ключовою [2].

Психологія управління та особливостей стилю керівництва організацією містить велику кількість теоретичних та емпіричних напрацювань, які представлені в роботах вітчизняних та зарубіжних психологів, а зокрема в роботах І.П.Волкова, К.Вудкока, Ф.І.Генова, Є.С.Жарікова, В.Зінгера, Л.М.Карамушки, Н.Л.Коломінського, Л.Ланг, С.Г.Москвічова, Г.Х.Попова, П.Самуельсона, Д.Френсіса, Г.В.Щекіна та ін. Однак, нові проблемні питання у функціонування тієї чи іншої організації вимагають удосконалення теоретичних узагальнень та практичних прийомів і засобів вивчення аспектів процесу управління організацією [5].

Теоретичний аналіз проблеми управління та стилю керівництва організацією дозволив виділити основне завдання в менеджменті - досягнення поставлених цілей, вирішення якого неможливо без вивчення мотивації досягнення особистості. Зазначимо, що аспект взаємозв’язку і взаєморозвитку управління і мотивації досягнень є досить багатоаспектним

та складним. Проблема низького рівня мотивації досягнень часто виступає дуже гостро і болюче: як досягати мети, як отримувати бажане, як мати успіх. І, найперше є найголовніше, що повинно турбувати при цьому - як зберегти необхідний рівень досягнень та не дати йому знизитися [4].

Оскільки управлінець має справу безпосередньо з людьми, то сучасний менеджер повинен володіти широким арсеналом мотиваційних засобів і постійно їх поновлювати, враховуючи час й особистість, яка поряд з ним. До факторів ефективного керівництва відносяться соціальні очікування підлеглих; тісний контакт з підлеглими; феномен посилення; готовність до управління керівників; здібності керівників до управління та їх такт у спілкуванні з підлеглими тощо [3].

В ході вивчення психологічних аспектів управління виділяється ще один напрямок – мотивація праці, розробка тактики і стратегії керівництва. Це вивело нас на розгляд ще одного базового поняття – мотивація досягнень – прагнення досягати успіху в певному виді діяльності, адже мотиваційні фактори побудовані на врахуванні психологічних особливостей людини. Опираючись на вищесказане, ми виділяємо два суттєвих моменти, таких як психологія управління і мотивація досягнень: мотивація досягнень – ефективніше управління, хороше управління – вищій рівень досягнень. Тому порушення якогось з елементів призводить до дисгармонії і дисбалансу, які виливаються у відомі проблеми – перемотивація, переважання домагань над досягненнями, невпевненість всобі, неждосягнення бажаного, стрес, певні невротичні стани тощо.

Отже, аналізуючи вищесказане, можно зробити висновок, що особливості стилю керівництва колективом обумовлені особистісними властивостями поведінки і спілкування керівників. Підвищення мотивації досягення відображається на особистісних та поведінкових властивостях керівників, а відповідно й на стилі і спрямованості їх діяльності.

Вдосконалення стилів управління організацію піднімає нові питання дослідження не тільки мотиваційних детермінант управління керівників, але їх когнітивні, емоційні, гендерні особливості, що виступить перспективою наших подальших досліджень.

Література

1. Бурлачук Л.Ф., Морозов С.М. Словарь-справочник по психодиагностике. - К.: Наукова думка, 1989. - 198с.
2. Карамушка Л.М. Психологічні основи управління у системі середньої освіти: Навч. посібник // АПН України, Інститут психології. – К.: 1997. – 179с.
3. Карамушка Л.М. Психологія управління закладами середньої освіти. – К.: Ніка-Центр, 2000. – 332с.
4. Коломінський Н.Л. Психологія менеджменту в освіті (соціально-психологічний аспект). – К.: МАУП, 2000. – 286с.
5. Петровский А.В., Шпалинский В.В. Социальная психология коллектива. - М.: Педагогика, 1978. - 322с/

Гуржий Дар'я
студенка 2 курсу факуту СПП
Наук. керівник Лукасевич О.А.

РОЗВИТОК ДОВІЛЬНОЇ УВАГИ ДОШКІЛЬНИКІВ В ІГРОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Актуальність дослідження: Проблема уваги традиційно вважається однією з найбільш важливих і складних проблем психології. Від її рішення залежить розвиток всієї системи психологічного знання - як фундаментального, так і прикладного характеру. Значимість уваги в житті людини, її визначальна роль у відборі змістів свідомого досвіду, запам'ятовуванні і навчанні очевидні. Важко засумніватися також у необхідності всебічного та детального дослідження його феноменів. Виникнення і розвиток у дошкільника довільної уваги є одним з найважливіших придбань особистості на даному етапі онтогенезу. Воно пов'язане з формуванням у дитини вольових якостей і знаходиться в найтіснішому взаємодії

із загальним розумовим розвитком дитини. Виховання довільної уваги відіграє важливу роль у справі підготовки дитини до шкільного навчання. Уміння довільно звернути увагу на те, що саме по собі не привабливо, але необхідно для засвоєння шкільних знань, є найважливішою умовою успіху в навчальній діяльності.

Мета дослідження - виявити можливості ігрової діяльності в розвитку довільної уваги дошкільника.

Дослідження уваги почалися вже на етапі становлення наукової психології, і в певному сенсі навіть передували йому і становили його головний зміст. Фактор уваги суттєво впливав на результати фізіологічних експериментів. Досліди і спостереження зарубіжних і вітчизняних вчених підготували і порушили широкий інтерес до досліджень феноменів уваги.Дослідження уваги тривалий час займало центральне місце в експериментальної та теоретичної психології.

Д. Бруннер стверджував,що саме мова має особливе значення для розвитку стійкої уваги дитини. За його словами , мова засвоюється дитиною як засіб спільної діяльності і спільного уваги з дорослим . Діти вчаться звертати увагу на голос і очі матері, щоб зрозуміти її настрій і ставлення. Опановуючи промовою, дитина опановує і способами управління своєю увагою. Регулююча роль другої сигнальної системи робить збудження строго спрямованим і локалізованим в констелляціях кори головного мозку, які безпосередньо беруть участь у реалізації певних видів діяльності.

Дослідженнями фахівців в області дитячої психології (Л. Запорожця і його співробітників Т.О. Гіневскій, Я.З. Неверович та ін., Д.Б. Ельконіна) встановлено, що одне і те ж завдання може прийматися дитиною по-різному залежно від її предметного змісту і мотивів, які спонукають діяльність.

Здатність до цілеспрямованої діяльності виражається в умінні прагнути до мети - виконання завдання, вирішення завдання, зберігаючи ясність кінцевої мети протягом усього ходу її досягнення.

Дослідження, проведені Т.В. Пєтухової, показують, що старші дошкільнята не тільки більш тривалий час можуть займатися малоцікавої роботою (за завданням дорослого), але набагато рідше відволікаються на сторонні об'єкти, ніж молодші дошкільнята.

Спочатку довільна увага у дошкільника дуже нестійка. Зазвичай необхідно, щоб дорослий організував його діяльність і чітко визначив яке стоїть перед ним завдання. Лише за цих умов дошкільнята можуть на перших порах виявити довільну увагу. Блискучий дослідник гри Д.Б.Ельконін вважає, що гра організовує за допомогою культових символів діяльність і, значить, вчить орієнтуватися в явищах культури, допомагає використовувати їх відповідним чином. Спеціальними дослідженнями встановлено, що перші потреби дитини соціальні. Д.Б. Ельконін пише: «Світ дитини - це, перш за все доросла людина як найважливіша частина навколишнього дитини дійсності, частина світу дорослих» . Значить, гра є соціальна за своєю природою і безпосередньому насиченою і спроектована на відображення світу дорослих.

Особистісні якості дитини формуються в активній діяльності, і, перш за все в тій, яка на кожному віковому етапі є провідною, визначає його інтереси, ставлення до дійсності, особливості взаємин з оточуючими людьми. У дошкільному віці такий провідною діяльністю є гра.

Л.С. Виготський підкреслює,що через ігрову діяльність і рухається дитина. У цьому сенсі вона може бути названа провідною, оскільки визначає розвиток . У грі розвиваються необхідні кожній дитині розумові здібності, рівень розвитку яких, безумовно, позначається в процесі шкільного навчання.

Висновки. Довільна увага - одна з найважливіших характеристик пізнавальної діяльності дітей. Поряд з мисленням, сприйняттям, пам'яттю, уявою довільна увага є найважливішим придбанням особистості на даному етапі онтогенезу. Воно пов'язане з формуванням у дитини вольових якостей і знаходиться в найтіснішому взаємодії із загальним розумовим розвитком дитини. Засобом розвитку довільної поведінки може стати цілеспрямовано сформована вольова сфера дошкільника.

Галаш Д. В.
студентка 6 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доцент О. В. Іщук

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЕМОЦІЙНОЇ СФЕРИ УЧАСНИКІВ АТО

Актуальність дослідження. Емоційна сфера є цілісним класом явищ, що охоплює і примітивні потяги, і складні форми емоційного життя. Вона здійснює активацію, спонукання і афективну оцінку дійсності, організовуючи цілісні форми поведінки, які вирішують прості і складні адаптаційні завдання (П.К. Анохін, В.К. Вілюнас, Л.С. Виготський, К. Ізард, А. Н. Леонтьєв, С.Л. Рубінштейн, В.П. Симонов та ін.). Емоції, за словами Л.С. Виготського, беруть участь «.в процесі психічного розвитку від самого початку до самого кінця в якості найважливішого моменту» (Л.С. Виготський, 1984, с. 297), тому особливості розвитку емоційної сфери не можуть не вплинути на процес становлення і функціонування особистості, організацію її поведінки. П.К. Анохін, В.К. Вилюнас, А.В. Запорожець, К. Ізард, В.В. Лебединський, О.С. Нікольська, О.Р. Баенская, М.М. Ліблінг, вказують, що, виступаючи в якості регуляторів поведінки, емоції виконують важливу пристосувальну функцію в плані організації взаємодії суб'єкта із зовнішнім середовищем, забезпечення активних форм його життєдіяльності. Як зазначає К. Ізард (1980), фундаментальний принцип людської поведінки полягає в тому, що емоції енергетізіруют і організують сприйняття, мислення і дію; всі емоції мають адаптивними функціями, що розвиваються в ході еволюції.

Мета дослідження виявити роль психоемоційної сфери в структурі адаптивної поведінки учасників бойових дій.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Особливість емоцій, полягає в тому, що вони безпосередньо відбивають відносини між мотивами і реалізацією, яка відповідає цим мотивів діяльності. Згідно з уявленнями А.Н. Леонтьєва, емоції - це «внутрішній регулятор» діяльності. На важливу мобілізаційну, інтегративно - захисну роль емоцій вказує П.К. Анохін. Він зазначає, що «виробляючи майже моментальну інтеграцію всіх функцій організму, емоції самі по собі і в першу чергу можуть бути абсолютним сигналом корисного або шкідливого впливу на організм, часто навіть раніше, ніж визначено локалізація впливів і конкретний механізм відповідної реакції організму» . Порушення емоційної регуляції безпосередньо ведуть до розладу адаптації, соціально - психологічної деформації особистості (В.К. Вілюнас, 1976; Л.С. Виготський, 1983; К. Ізард, 1980; Я. Рейковский, 1979; і ін.).

Висновки. Актуальною залишається проблема ролі емоційної сфери в адаптації особистості, здійсненні особистістю ефективної поведінки. Особливо важливим є аналіз процесу адаптації та її механізмів в умовах бойових дій. Йде активне переформування особистості в цей складний період, коли звичайного чоловіка, не солдату, доводиться взяти в руки зброю і перетворити в військового за короткий час. Весь цей період представляє собою значну перебудову раніше сформованих психологічних структур і виникнення нових. Цей складний і тривалий процес адаптації особистості до нової соціальної ситуації свого розвитку, що супроводжується цілою гамою специфічних (часто внутрішньо конфліктних) переживань, виявляє готовність до здійснення ефективної поведінки як чинника особистісного розвитку.

Дослідження психологічних механізмів, що визначають процес адаптації особистості як умова її становлення і розвитку, дозволить розширити уявлення про роль емоційної сфери в структурі адаптивної поведінки.

Література

1. Ізард К. Психологія емоцій / К. Ізард. - СПб .: Пітер, 2004. - с.240.
2. Ільїн Є.П. Емоції і почуття. / Є.П. Ільїн - СПб .: Пітер - 2000. - 752 с.
Первін Л.А. Психологія особистості: Теорія і дослідження / Л.А. Первін, - М .: Аспект Пресс - 2006 - с.607.

Желтова Марина
аспірант кафедри практичної психології
Наук. кер.: д. психол. н., проф. Шевченко Н.Ф.

КАТЕГОРІЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ

Постановка проблеми. Стрімкий темп науково-технічного прогресу, економічні зрушення в суспільстві, інформатизація та глобалізація, динамічні зміни в усіх сферах життя людини,– характерні ознаки сучасного світу. Реалії сьогодення потребують від людини радикальних змін у «відносинах зі світом», уміння швидко та гнучко орієнтуватися у ситуації та бути готовим не тільки до інноваційних змін, а й ініціювати їх. У зв'язку з цим, актуальним є активізація та використання людиною власних ресурсів, та їх розвиток. Реалізація творчого потенціалу особистості є пріоритетним напрямком суспільства, що потребує від людини вирішення нестандартних завдань, що висуває життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Категорія творчого потенціалу розглядається у філософському ракурсі П.Ф. Кравчуком (як системоутворювальна якість особистості, в якій відображаються особливості взаємозв'язку всіх здібностей людини); О.К. Чаплигіним (як інтегральна якість особистості, що характеризує певний рівень зрілості її сил як суб'єкта діяльності). У психологічній науці проблема творчого потенціалу знайшла своє відображення в наукових працях В.Ф. Вишнякової (творчий потенціал як психоенергетичний ресурс особистості); В.В. Давидова (творчий потенціал пов'язаний з виявом та розвитком творчих здібностей); Л.О. Даринської (творчий потенціал є системою, компоненти якої взаємопов'язані); О.М. Матюшкіна (творчий потенціал є інтегративною єдністю особистісних характеристик); В.Г. Риндак (творчий потенціал пов'язаний з суб'єктністю, самобутністю та вмінням створити принципово нове).

Метою статті є висвітлення результатів теоретичного аналізу категорії творчого потенціалу особистості та його структурних компонентів.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукових джерел показав, що категорія творчого потенціалу є багатоаспектною і однозначних визначень вказаної проблеми дуже мало. У широкому значенні слова творчий потенціал визначають як фонд, сукупність можливостей реалізації нових напрямів діяльності суб'єкта творчості. Творчий потенціал є тією системою, що прихована від зовнішнього споглядання, а носій творчих можливостей мало або зовсім нічого не знає про власний творчий фонд. Доказово про категорію творчого потенціалу можна говорити, лише на основі здійсненої діяльності.

У західній психології, одним із перших дослідників категорії творчого потенціалу є Ф. Гальтон, який прийшов до висновку, що на вияв та розвиток творчих можливостей впливають не соціальні чинники, а біологічні, спадкові. У XX столітті з'являються численні дослідження творчого потенціалу, який на думку А. Біне нерозривно пов'язаний з інтелектом особистості. Пізніше, у середині XX століття, науковці прийшли до висновку, що в основі творчого потенціалу особистості не інтелект, а принципово інша характеристика психіки – креативність. Найбільш популярною концепцією творчого потенціалу стала теорія американського психолога Дж. Гілфорда. Вчений виділив два базові типи мислення: конвергентне та дивергентне. Конвергентний тип мислення спрямований на аналіз наявних способів вирішення задачі, проте людина може вибрати лише один спосіб розв'язання. Дивергентний тип мислення – це багатогранне мислення, яке реалізується у багатьох напрямах.

У радянській психології, Д.Б. Богоявленська запропонувала новий підхід до інтерпретації творчого потенціалу. Одиницею дослідження категорії є інтелектуальна активність, до основних компонентів якої відносить інтелектуальні (загальні розумові здібності) та неінтелектуальні (мотиваційні) фактори розумової діяльності.

На думку В.Г. Риндак, творчий потенціал є системою особистісних рис, які дозволяють оптимально змінювати прийоми дій у зв'язку з новими умовами. До структури творчого потенціалу автор віднесла: задатки та здібності; потреби, мотиви, переконання, ціннісні орієнтації; знання, уміння та навички, що включені до творчої діяльності.

Серед сучасних вітчизняних вчених, які займаються проблемою творчого потенціалу особистості, слід насамперед назвати В.О. Моляко. На думку В.О. Моляко, творчий потенціал – це інтегративна властивість особистості, що характеризує міру можливостей здійснювати творчу діяльність, готовність та здатність до творчої самореалізації та саморозвитку.

На думку А.В. Лукановської творчий потенціал – це здатність особистості цілісно сприймати об'єкти навколишньої дійсності. До структури творчого потенціалу автор відносить мислення та уяву.

У структурі творчого потенціалу Л.П. Овсянецька виокремлює наступні фактори: задатки (вроджені анатомо-фізіологічні особливості), соціальне середовище (зовнішній вплив) та особистісну активність (життєва позиція особистості).

Аналізуючи у науковій літературі дефініції творчого потенціалу та беручи до уваги думки дослідників з філософії та психології, категорію творчого потенціалу особистості можна визначити як інтегративне утворення, що визначає міру можливостей особистості здійснювати творчу діяльність та здатність до творчої самореалізації.

Висновки. Таким чином, в процесі теоретичного аналізу заявленої проблеми було виявлено, що реалізація творчого потенціалу людини є пріоритетним напрямком сучасного суспільства. Показано, що категорія творчого потенціалу є сукупністю можливостей реалізації нових напрямів діяльності суб'єкта творчості. Висвітлено різницю вивчення творчого потенціалу у західній, українській та радянській психології. Виокремлено структурні компоненти творчого потенціалу.

Зайченко Катерина
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук.кер.: канд.психол.наук, доцент Ткалич М.Г.

ВПЛИВ ІНДИВІДУАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА ГЕНДЕРНУ ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ У ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Сучасне суспільство характеризується зміною ціннісно-моральних орієнтацій у сфері відносин, в ньому відбувається розмивання меж між жіночими і чоловічими соціальними ролями. У зв'язку з цим в даний час вивченню гендерної ідентичності приділяється велика увага.

Гендерна ідентичність виступає однією з базових структур самосвідомості, відіграє головну роль в процесі адаптації, саморегуляції та формується в процесах соціалізації особистості, а індивідуально-типологічні особливості є важливими конструктами при формуванні гендерної ідентичності особистості.

Кожна людина володіє певним діапазоном мінливості індивідуальних особистісних властивостей, тобто мається межа, в рамках якої деякі характеристики можуть змінювати свою інтенсивність. Саме за рахунок цих коливань можлива певна амортизація, що сприяє пристосуванню людини до мінливих умов навколишнього середовища.

Психологічні проблеми гендерної ідентичності прямо чи опосередковано вивчалися такими вітчизняними і зарубіжними вченими як: С.Бем, М.Ш. Берн, О.О. Вороніна, К. Герінгтон, Т.В. Говорун, Д.С. Жилкін, О.М Кікінежді, М.С. Кіммел, І.С. Кльоцина, І.С. Кон, М.М. Скорик, М.Г.Ткалич, Т.А. Репіна, А.А. Чекаліна, які показали, що психологічні особливості гендерної ідентичності полягають у тому, що все менша кількість жінок та чоловіків мають чисто жіночу «фемінну» або чисто чоловічу «маскулінну» психологічну стать. Це можна пояснити тим, що багато гендерних ролей змішуються між собою, стає все менше «типово чоловічих» або «типово жіночих» психологічних характеристик особистості.

Дослідженнями індивідуально-типологічних особливостей особистості займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: С.Берт, В.Д.Нєбиліцин, О.Крегер, Б.М.Теплов, Л.Н.Собчик, К.Юнг та ін., в роботах яких визначено, що проявлення індивідуальних особливостей важко піддаються опису в узагальненій формі, так як вони мають свою специфіку для різних видів активності і по-різному проявляються в залежності від особливостей діяльності, в якій реалізуються.

На сьогоднішній день у психологічній науці не вистачає досліджень взаємозв'язку індивідуально-типологічних особливостей з гендерною ідентичністю особистості чим і обумовлена актуальність нашого дослідження.

Мета дослідження – визначити основні індивідуально-типологічні особливості особистості та їх взаємозв'язок з гендерною ідентичністю особистості.

Предмет дослідження – вплив індивідуально-типологічних особливостей особистості на зміст та структуру гендерної ідентичності у юнацькому віці.

Гіпотеза дослідження – індивідуально-типологічні особливості особистості пов'язані з гендерною ідентичністю особистості та визначають її зміст.

Завдання дослідження: 1.) теоретично дослідити поняття гендерної ідентичності особистості, її зміст та структуру; 2.) узагальнити окремі теоретичні положення та концепції щодо індивідуально-типологічних особливостей особистості та розробити теоретичну модель дослідження; 3.) емпірично дослідити вплив індивідуально-типологічних особливостей на формування гендерної ідентичності особистості у юнацькому віці.

В якості конструктів, що входять в категорію індивідуально-типологічних особливостей включаються індивідуальні характеристики, так як вони «є первинними і існують на всіх рівнях». Поряд з ними розглядаються особистісні та суб'єктні властивості індивіда.

К.Г. Юнг описав 8 незалежних типів особистості, які вийшли в результаті поєднання чотирьох емпірично відкритих їм ознак класифікації, що представляють окремі функції психіки (мислення, емоції, відчуття і інтуїція) з екстравертною або інтровертною установкою свідомості.

В кінці 50-х рр. XX століття була розроблена типологія Бріггса-Майерса, в якій психологічний тип визначається набором з чотирьох дихотомічних функцій. Три з них відносяться до базису Юнга – екстраверсія-інтроверсія, сенсорика-інтуїція, мислення-відчуття. Четверта, оцінка-сприйняття, була додатково введена авторами даної класифікації.

Гендерна ідентичність – аспект самосвідомості, що описує переживання людиною себе як представника певної статі.

Гендерна ідентичність має декілька аспектів, а саме: 1) адаптаційна статева ідентичність – це усвідомлення особистістю співвідношення своєї реальної поведінки з поведінкою інших чоловіків і жінок; 2) цільова концепція "Я" – це набір індивідуальних установок чоловіка або жінки на те, якими вони повинні бути; 3) персональна ідентичність – це особистісне співвідношення себе з іншими людьми; 4) его-ідентичність – це глибинне психологічне ядро того, що саме особистість людини як представника певної статі означає для самої себе.

Однією зі складових гендерного компоненту самосвідомості особистості є психологічна стать – характеристика особистості і поведінки людини в категоріях маскулінності-фемінності, філогенетично заданих властивостей психіки, що формуються під впливом соціальних факторів. А отже, особливості формування гендерної ідентичності особистості безпосередньо пов'язані з такими її властивостями як маскулінність, фемінність і андрогінність.

Теоретичні положення викладені вище є вагомою частиною психологічних досліджень гендерної ідентичності та індивідуально-типологічних особливостей особистості. Але ці теоретичні моделі потребують емпіричного вивчення, розгляду та співвідношення. Саме у цьому напрямку окреслені наші наукові інтереси.

Запорожцева Кристина
студентка 2-го курсу фак-ту СПП
Наук.кер.: к.псих.н., доцент Лукасевич О.А

ДЕПРЕСІЙНИЙ СТАН У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

Актуальність дослідження. Депресія є непостійною комбінацією афектів і афективно-когнітивних зв'язків. Депресія – це навіть більш складний синдром, ніж тривожність: активується більше емоцій і існує більше можливостей для конфліктів в емоційній динаміці. Фундаментальні емоції, пов'язані з депресією у ранньому юнацтві, - це страждання (ключова емоція), гнів, огида, презирство, страх, провина і сором'язливість. Передбачається, що гнів, огида, презирство виявляються як відносно себе так і відносно інших. Хоч фундаментальні емоції вважаються первинними і найбільш важливими елементами депресії у юнацтві, часто присутні і інші чинники – відчуття сексуальної потреби, погіршення фізичного стану і втомлюваність. Все це може вважатися безпосереднім афектом або побічним продуктом депресії. Ці явища в той же час впливають на інші компоненти депресії, на її течію.

Проблему дитячої та юнацької депресії досліджував Е. Крепелін, який писав про можливість виникнення депресії вже в 10 років. Частоту юнацьких депресій ілюструє у своїй праці Дж. Кашані, Корніна М. описувала депресивні ідеї підлітків.

Теорія диференційних емоцій вважає, що фізичний стан гіршає від почуття слабості і рухової сповільненості, які є результатом емоційних конфліктів. Стома визначається частково витратою енергії на властиві юнацькій депресії емоційні конфлікти. Такий чи подібний стан спостерігається досить часто в наш час, особливо в Україні, яка знаходиться на етапі становлення держави та її основних інститутів. Соціальна та економічна незахищеність людей, страх перед майбутнім – все це сприяє поширенню депресивних станів. Отже, актуальність дослідження полягає в необхідності теоретичного, психодіагностичного та колекційного вивчення депресії у підлітковому віці.

Мета дослідження. Вивчити проблему депресивних станів у підлітковому віці.

Методика та організація дослідження. При дослідженні була використана методика рівню невротизації Л.І. Вассермана. Методика діагностики рівня невротизації Л.І.Вассермана при підрахунку числа позитивних відповідей виявляє рівень невротизації (чим більший отриманий результат, тим більший є цей рівень). Методика містить 40 висловлювань на які потрібно дати відповідь «так» чи «ні». При обробці даних підраховуємо число позитивних відповідей, та отримуємо високий, середній або низький рівень невротизації. Дослідження проводилось на базі Запорізького багатопрофільного ліцею «Перспектива». В дослідженні брали участь 25 учнів 11-го класу.

Результати дослідження. Результатами проведеної методики діагностики рівню невротизації Л.І. Вассермана показали, що серед вибірки із 25 учнів 11-го класу низький рівень невротизації у 8 учнів, що означає емоційну стійкість, позитивні переживання, ініціативність, почуття власної гідності, незалежності, соціальну сміливість, легкість у спілкуванні. Середній рівень невротизації у 13 учнів. Високий рівень невротизації у 4-ох учнів, що свідчить про виражену емоційну збудливість, в результаті чого з'являються негативні переживання (тривожність, напруженість, неспокій, розгубленість, дратівливість); про безініціативність, яка формує переживання, пов'язані з незадоволеністю бажань; про езопову особистісну спрямованість, що призводить до іпохондричної фіксації на соматичних відчуттях і особистісних недоліках; про труднощі в спілкуванні; про соціальну боязкість і залежність.

Висновки. Депресія - психічне захворювання, що як правило виникає після негативних подій в житті людини, але часто розвивається без якої-небудь видимої причини. Як психічне захворювання, депресія добре піддається лікуванню, більш ніж в 80 % випадків наступає повне одужання, проте, в даний час саме депресія - найбільш поширене психічне захворювання. Як правило, людина, страждаюча депресією, починає зловживати алкоголем (або іншими препаратами, що впливають на ЦНС), йде «з головою» в роботу.

З результатів досліджень ми бачимо, що депресивні стани проявляються у підлітковому віці. У 16% досліджуваних високий рівень невротизації, у 52% середній рівень невротизації, а у 32% низький рівень невротизації.

Захаренко Інесса
студентка 1 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. психол. н., доц. Калюжна Є.М.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ВАГІТНИХ ЖІНОК

Постановка проблеми. Проблема материнства і, зокрема, такого важливого етапу підготовки до материнства, як вагітність, у науковій літературі представлена не дуже повно. Увага цій проблематиці стала приділятися тільки в останнє десятиліття, до того ж, її дослідження можна знайти у доволі обмеженої кількості авторів (Ф. Ар'єс, Е. Бадінтер, В. І. Брутман, В. А. Вагнер, Д. Віннікот, Дж. Каган, М. Малер, Л. Де Маус, С. Ю. Мещерякова, Д. Полиць, М. С. Радіонова, Л. Стоун, Н. А. Тих, Е. Еріксон, Г. Г. Філіпова, Е. Шортер та ін.).

Особливості психічного стану жінок у період вагітності упродовж багатьох років привертають увагу фахівців. При цьому відзначається як емоційно негативна роль вагітності, так і позитивна. Про сприятливий вплив вагітності на психічний стан жінки писав ще Гіппократ. При вагітності у жінки змінюється психіка, її відношення до оточення. Вагітна жінка по-особливому реагує на зовнішні і внутрішні подразники. Психіка вагітної жінки заповнена своїми власними відчуттями, вона впливає на функціонування нейрогуморальної системи, нейротрофічний метаболізм, а також на синтез ферментів та інші важливі біохімічні показники.

Метою статті є визначення психологічних особливостей емоційного стану вагітних жінок на різних етапах перебігу вагітності.

Виклад основного матеріалу. Вивчення психологічного стану жінок під час виношування дитини (В. І. Брутман, А. Я. Варга, М. С. Радіонова, Г. Г. Філіппова, І. Ю. Хамітова та ін.) дозволяє припустити, що у вагітності є власна, притаманна їй динаміка загострення і ослаблення наявних у жінки проблем. Процес переходу до материнства протікає на всіх рівнях: фізичному, ментальному, емоційному. Гормональний фон вагітності часто призводить до нестабільності емоційного стану жінки: підвищення тривожності, коливання лібідо, астенії та інших несподіваних емоційних змін. Часом досить багато випробувань доставляє жінці її загальна життєва ситуація.

На підставі аналізу літературних джерел можна здійснити загальну характеристику тенденцій в емоційному стані вагітної жінки у залежності від терміну вагітності.

1-2 місяці. Незалежно від того, перша, друга або третя вагітність у жінки, вона на перших порах почуватиме себе майже однаково. Цьому є декілька пояснень. По-перше – до вагітної приходить розуміння свого нинішнього положення. Відтепер її життя кардинально зміниться: в сім'ї з'явитися маленька людина, що вимагатиме уваги, турботи і відповідальності. На саму себе і на кар'єру в жінки залишиться менше часу, і вона придбає нову професію, найкращу, але і найбільш складну, – мама. Також відразу в жінки виникають думки про те, як повідомити цю радісну новину близьким і як вони на це відреагують. Усі ці роздуми виникають на тлі постійного коливання гормонів, викликаного вагітністю і, як наслідок – раптові сплески агресії, дратівливості або, навпаки, радості та ейфорії.

3-4 місяці. У цей період емоційний стан вагітної жінки відрізняється особливим спокоєм. Цей пов'язано із тим, що вона, нарешті, приймає своє положення і розчиняється в ейфорії від розуміння того, що скоро зможе потримати на руках свого малюка. У цей період вагітна може стати трохи забудькуватою. Така реакція викликана не лише тим, що від радості вона літає у хмарах, причиною є ще й те, що під час виношування дитини у жінки зменшується кількість клітин у мозку, але, на щастя, це тимчасово, незабаром все повернеться на круги своя.

5-6 місяці. Найчастіше в цей період жінки не відчувають особливих змін у своєму емоційному стані, можливо тому, що більш-менш звикли до всього, що з ними відбувалося останні півроку і навчилися пригнічувати в собі раптові сплески дратівливості. Але не треба забувати про те, що вагітність робить додаткове навантаження на багато життєво важливих органів. Підвищується навантаження на м'язи, збільшується потреба в крові, кисні і живленні; серце і легені працюють із додатковим навантаженням. У період 5-6 місяців це починає особливо відчуватися, тому коливання емоційного стану, хоч і не такі потужні, як у попередній період вагітності, залишаються актуальними.

7-8 місяці. Третій триместр проходить під особливим хвилюванням у жінок. Жінка постійно думає про дитину, переживає, щоб вона себе добре почувала і з'явилася на світ здоровою і сильною. І, якщо на ранніх термінах вагітності, можна було трохи відволіктися думками від крихітки, то зараз вона постійно нагадує про себе, штовхаючи маму ніжками. Крім того, вагітну тривожать думки про те, як вона перенесе пологи, і як після приходитиме у фізичну форму. Усе це, звичайно, позначається на її емоційному стані. До того ж, властива вагітним забудькуватість триває, ірраціональність у поведінці теж. Часто у жінок виникає бажання оточити себе усім яскравим і блискучим.

9 місяць. Це місяць, що хвилює жінку упродовж усієї вагітності. Адже жінка розуміє, що кожен день наближає її до найважливішої зустрічі зі своїм малюком. Вагітним у цей період характерна підвищена тривога. Для стабілізації емоційного стану вагітної жінки потрібна увага і розуміння з боку родичів і близьких, а також прийняття того, що такий стан є нормальним і, якщо не впадати у депресію та не піддаватися сплескам негативних емоцій, то він не принесе ніякої шкоди дитині. Природа все продумала, і нестабільність емоційного стану вагітної – це позитивний досвід для дитини, оскільки вона ще в утробі матері починає готуватися до реального життя з усіма його проблемами і тривогами.

Висновки. На завершення здійсненого аналізу, можна підсумувати, що вагітність є дуже особливим та специфічним періодом постійної зміни, перетворення психічного світу жінки. У даній роботі висвітлено лише невеликий спектр із усієї багатоманітності психологічних проявів, характерних для періоду очікування жінкою появи на світ нового життя, що є продовженням її власного. На сьогодні психологічний бік даної проблеми є малодослідженим, тому детальний психологічний аналіз періоду вагітності, зокрема, особливостей емоційної сфери вагітної жінки, є перспективним напрямком подальшого наукового вивчення.

Зеленська Юлія
студентка 3 курсу факультету СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доцент Грандт В. В.

ВПЛИВ ОСОБИСТИХ ТА ДІЛОВИХ ЯКОСТЕЙ КЕРІВНИКА НА СОЦІАЛЬНО – ПСИХОЛОГІЧНИЙ КЛІМАТ У КОЛЕКТИВІ

Актуальність. На даний час важливо знати як працівники оцінюють свого керівника, які є проблеми у колективі і як їх вирішити. Якщо в колективі соціально – психологічний клімат не здоровий, то над покращенням клімату працює не тільки керівник, а й весь колектив. Якщо над соціально – психологічним кліматом колективу буде працювати тільки керівник, то це не дасть ніяких результатів у покращенні клімату групи, а ще може й усугубити ситуацію,яка виникла у колективі. Керівник повинен вирішувати й направляти групу на те як оптимально уникати конфліктів у колективі.

Мета. Визначити як особисті та ділові якості керівника впливають на соціально – психологічний клімат у групі.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Соціально-психологічний клімат - це якісна сторона міжособистісних відносин, яка проявляється у вигляді сукупності психологічних умов, які сприяють або перешкоджають спільній продуктивній діяльності і всестороньому розвитку особистості в групі.

Головним фактором високих результатів у роботі є соціально – психологічний клімат. Також, соціально – психологічний клімат впливає на всебічний розвиток людини. Так, Б. Д. Паригін зазначає, що соціально-психологічний клімат — один із вирішальних чинників успішної діяльності людини в усіх сферах життя суспільства[1].

Шакуров Р.Х. стверджує, що соціально – психологічний клімат виявляється у вигляді сукупності психологічних психологічних умов які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності та всебічному розвитку особистості в групі[2].

Результати практичного аналізу проблеми. За результатами проведеного дослідження у пожежній частині, можна сказати, що у колективі переважає оптимальна оцінка соціально-психологічного клімату в колективі.

Також, колектив оцінював своїх керівників, тобто їх особисті та ділові якості. За усіма показниками, котрі оцінював колектив,тобто:морально – психологічні якості, дисципліна та ставлення до праці, рівень знань, умінь та навичок, організаторські здібності, уміння забезпечити ефективну систему контролю, у всіх керівників були високі показники. Для колективу важливі такі якості керівників як почуття особистої відповідальності за доручену справу, ретельність, чуйне і уважне ставлення до людей. Також, виділяли такі якості як вміння підбирати працівників та ефективно використовувати їх можливості для вирішення службових завдань, вміння навчати та виховувати підлеглих в спільній праці

Висновки. Отже, за теоретичним аналізом даної теми, можна сказати, що соціально – психологічний клімат впливає на всебічний розвиток людини і є вирішальним чинником успішної діяльності людини в усіх сферах життя.Головним чинником формування соціально – психологічного клімату колективу є керівник.

За результатами практичного аналізу проблеми у колективі переважає оптимальна оцінка соціально – психологічного клімату в колективі. Також, колектив високо оцінює особисті та ділові якості своїх керівників.

Література

1. Парыгин Б. Д. Социально-психологический климат коллектива: пути и методы изучения / Б.Д.Парыгин — Санкт – Петербург. – 1981. – 592с.
2. Шакуров Р.Х. Мир человеческих отношений и образование / Р.Х.Шакуров – Казань: КГТУ. – 2006. – 339 с.

Зіненко Рената
студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Іщук О.В.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ СУПРОВІД ГІПЕРАКТИВНИХ УЧНІВ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Актуальність дослідження. Проблема гіперактивності в даний час набуває особливої актуальності, оскільки число гіперактивних дітей з кожним роком збільшується.

Проблема надання допомоги гіперактивним дітям багато років являється актуальною проблемою в психології та педагогіці. Серед вітчизняних й закордонних авторів, що займалися цим питанням з кінця XIX століття і до нинішніх часів, розпочинаючи з Ф. Шольца такі дослідники, як Л.Алексєєва, Є.Горшкова, Д.Добсон, В.Красов, А.Кошелєва, Ю.Кропотов, Є.Лютова, Г.Монін, М.Никанорова, А.Пальчик, Н.Румянцева, А.Сиротюк, Є.Чернигіна, Є.Чикіна, Л.Чутко, та ін..

Слід відзначити, що, на відміну від закордонної, у вітчизняній психології майже немає робіт, спеціально присвячених вивченню гіперактивних дітей, тим паче, стосовно психолого-педагогічного супроводу таких дітей в школі. Існуючі ж дослідження стосуються лише окремих характеристик дітей з таким типом поведінки.

І зараз в навчальних закладах ведеться пошук умов, адекватних психічним та фізичним можливостям учнів з даної категорії. У всьому вищеописаному визначається актуальність даної роботи.

Мета дослідження – полягає у аналізі актуальних причин поведінки гіперактивних дітей, що може вдосконалити їх психолого-педагогічний супровід у початковій школі.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Найбільше число опублікованих робіт з вивчення гіперактивності є дослідженнями клінічного напрямку. Психофізіологічною основою гіперактивної поведінки в цих роботах виступає незрілість, недосконаліть, порушення й розлади роботи мозку (по типу малих мозкових дизфункцій).

Однак наявність мінімальних мозкових дизфункцій різних ступенів складності не може вважатися універсальним пояснювальним фактором, відповідальним за зміст гіперактивності і її причини; необхідна розробка психолого-педагогічного підходу до вивчення даного феномена поведінки, його структури й динаміки в конкретних умовах виховання й навчання дитини.

Проблемою гіперактивності саме в психолого-педагогічних дослідженнях займалися Є.Гаспарова, О.Грибанов, В.Єремеєва, А.Московкіна, Є.Мостюкова, В. Петрунек, М.Полякова, Є.Сапогова, В.Таран та ін.

У більшості досліджень гіперактивність розглядається як ряд симптомів, серед яких найчастіше зустрічається різні варіанти сумісництва трьох з них: надлишку рухової активності, порушення емоційної поведінки й дефіцит уваги. Різне співвідношення цих (основних) симптомів і ряду додаткових проявів дозволяють припустити різні варіанти гіперактивності, відповідно до яких і повинна будуватися диференційована робота.

Одним з головних завдань сучасної школи, на нашу думку, є досягнення найбільш ефективної суспільної форми організації навчальної діяльності дітей. Однак, для цього необхідно знати природу й закономірності індивідуальних психологічних особливостей дітей як суб’єктів навчальної діяльності.

Необхідність спеціального вивчення індивідуальних психологічних особливостей дітей як суб’єктів навчальної діяльності і на підставі цього психолого-педагогічний супровід гіперактивних учнів являється актуальним в аспекті розробки проблеми формування особистості молодших школярів.

Висновки. Вивчення гіперактивності в психологічній літературі йде в напрямок уточнення поняття «гіперактивність» і її основних складових. Однак і сьогодні актуальними завданнями залишаються: виявлення динаміки різних форм гіперактивної поведінки, з'ясування причин, що лежать в основі гіперактивної поведінки; пошук психологічних шляхів корекції знижених регулятивних можливостей психіки у гіперактивних дітей.

Проблема психолого-педагогічного супроводу учнів має багато аспектів, що потребує подальших досліджень даної проблеми.

Зюзіна Ганна
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Спіцина Л.В

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ ПЕДАГОГІВ ЗАГАЛЬНО-ОСВІТНІХ ШКІЛ

Професія педагога - одна з тих, де синдром «професійного вигорання» є найбільш поширеним. Тому дуже важливим є вивчення особливостей його виникнення, розвитку та перебігу саме у педагогічній діяльності. Проблема представляється актуальною на сучасному етапі розвитку системи освіти, так як емоційне вигорання негативно впливає не тільки на самих педагогів, але і на їх найближче оточення. Від здоров'я вчителя багато в чому залежить і психологічне здоров'я його учнів. Професія вчителя належить до сфери професій типу "людина - людина», тобто професій, які відрізняються інтенсивністю і напруженістю психоемоційного стану і які найбільш чутливі до впливу професійного вигорання.

Метою нашого дослідження є вивчення психологічних особливостей емоційного вигорання педагогів загально-освітніх шкіл.

Дія численних емоціогенних факторів (як об'єктивних, так і суб'єктивних) викликає у вчителів наростаюче почуття незадоволеності, погіршення самопочуття та настрою, накопичення втоми. Ці фізіологічні показники обумовлюються напруженістю роботи, що призводить до професійних професійної діяльності вчителя, який перестає справлятися зі своїми обов'язками, втрачає творчий настрій щодо предмета та продукту своєї праці, деформує свої професійні відносини, ролі та комунікації.

«Синдром професійного вигорання» є стресовою реакцією, яка виникає внаслідок довготривалих професійних стресів середньої інтенсивності. Зважаючи на визначення стресового процесу за Г.Сельє (тобто стадій тривоги, резистентності і виснаження) «професійне вигорання» можна вважати третьою стадією, для якої характерний стійкий і неконрольовий рівень збудження [1].

Згідно сучасним даним, під «психічним вигорянням» розуміють стан фізичного, емоційного і розумового виснаження, що проявляється у професіях соціальної сфери [3].

Доктор К. Маслач підкреслює, що «професійне вигорання» - це не втрата творчого потенціалу, не реакція на нудьгу, а скоріше емоційне виснаження, що виникає на фоні стресу, викликаного міжособистісним спілкуванням [3].

У вітчизняній і зарубіжній психології проводилися численні дослідження, пов'язані з феноменом вигорання (Г.Фрейденбергер, К.Маслач, К.Кондо Бойко В.В., Китаєв-Смик Л. А., Леонгард К., Рибников О.Н., Сельє Р, Леонова А.Б.- Чернишова О. Н., Водоп'янова Н.Е., Старченкова Е.С.).

Певні особистісні характеристики можна назвати факторами ризику в плані появи професійного вигорання. Індивідуально-психологічні особливості особистості, якість життя – ці та інші чинники можуть сприяти вигоранню вчителів.

Зв'язок між емоційним вигоранням та особистісними характеристиками, способами реагування людини на стресові фактори вивчалася, зокрема, у дослідженнях Н.Е. Водоп'янова і А. Б. Серебрякової [2]. Було виявлено, що найбільш високе емоційне виснаження та реагування особистих досягнень спостерігається в разі вибору стратегії уникнення проблемних ситуацій. Також високому рівню виснаження супроводжує низька самооцінка і деформація самовідношення. Люди з низьким рівнем самооцінки та екстернальним локусом контролю більше схильні до емоційного вигорання .

Однією з індивідуально - психологічних особливостей людини є її характер, отже, наслідки емоційного вигоряння можуть посилювати акцентуації характеру У Леонгард А. виявлені зв'язки індивідуальних відмінностей у толерантності до розвитку синдрому емоційного вигорання з типологічними властивостями нервової системи (слабкістю, лабільністю, активністю нервових процесів) [3].

Синдром емоційного вигоряння ставиться в залежність і від темпераменту. Коли у суб'єкта праці виникають негативні відносини до об'єкту своєї праці, Доводиться на підсвідомому рівні стримувати свої відносини,. замінювати на протилежні, що може призвести як раз і до незадоволення своєю працею, собою, до емоційної розрядки на своїх близьких, дезорганізуючи і професійну діяльність, та міжособистісні стосунки [3].

Висновок: Таким чином, можна зробити висновок про те, що емоційне вигорання - це стан фізичного, емоційного і розумового виснаження, що виникає внаслідок тривалого впливу несприятливих факторів. А також можна зробити висновок про те, що існує взаємозв'язок між емоційним вигоранням та акцентуаціями характеру і типологічними властивостями нервової системи.

Література

1. Сельє Г. Деякі аспекти вчення про стрес [Текст]: / Загальна психологія. Збірник текстів./ / Айсмонтас Б.Б. - М.: Наука, 2003. -153 с.

2. Водопьянова Н. Е. Синдром выгорания: диагностика и профилактика [Текст] / Учебное пособие // Н. Е. Водопьянова. - СПб.:Питер, 2005 - 421с. 3.Леонгард К. Акцентуированные личности / К.Леонгард // Ростов на Дону, 2008. -388с.

Калюжна Тетяна
студентка 2 курсу факультету СПП
Науковий керівник*:* доцент Лукасевич О. А

ВПЛИВ ТЕМПЕРАМЕНТУ СТУДЕНТІВ НА СТИЛЬ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТНОЇ СИТУАЦІЇ

Важливе місце у процесі пізнання й управління конфліктом займають дослідження психологічних детермінант виникнення міжособистісних конфліктів, які дозволяють розкрити глибинні основи конфліктної поведінки особистості. Таким чином наукова значущість проблеми впливу особистісних рис людини на її поведінку в конфліктній ситуації, а також недостатнє вивчення її з боку загальнопсихологічних знань обумовлюють актуальність даного дослідження.

Проблема шляхів вирішення конфлікту залежно від типу темпераменту до кінця не вивчена. А.М. Муталімова проводила дослідження взаємозв'язку типу темпераменту та особливостей міжособових відносин, але не в конфліктній ситуації. Загалом більшість робіт спрямовано на вивчення окремо або темпераменту, або конфлікту. Теоретичною основою цієї роботи є фундаментальні праці з вивчення темпераменту таких вчених, як: Гіппократ, Мерлін В.С., Мясищев В.Н., Небиліцин В.Д., Павлов І.П., Русалов В.М., Сеченов І.М., Теплов Б.М. І роботи в галузі конфліктології: Джелалі В.О, Бабосов Є.М., Бородкін Ф., Любимова Г.Ю.

Мета нашої роботи – з'ясувати вплив особистісних психологічних чинників , а саме типу темпераменту на спосіб вирішення конфліктної ситуації.

У практичній частині були використані такі методики: особистісний опитувальник «Формула темпераменту» О. Бєлова та тест «Стратегія поведінки в конфлікті» К. Томаса.

В результаті дослідження типів темпераменту за методикою О. Бєлова було отримано наступні результати: 31,7% досліджуваних виявилися холериками. У них спостерігається часті зміни настрою, вони активні, а в той же час імпульсивні, бувають образливими та агресивними, але здебільшого оптимістичні. 29,3% – сангвініки. Вони комунікабельні, відкриті, жваві, ініціативні, говіркі, але часто безтурботні і не завжди схильні доводити справу до кінця. 24,3% досліджуваних – флегматики. Для них характерна помітна розміреність, спокій, надійність. 14,7% – меланхоліки. Це, як правило, дуже чутливі люди, тривожні, дратівливі, мало контактні, багато переживають, здебільшого песимісти.

Дані, отримані в результаті методики Томаса, наступні:

36,6% опитуваних надали перевагу стилю компроміс. Ці особи вирішують конфлікт шляхом взаємних поступок. 24,4% обрали стиль суперництва. Вони прагнуть задовольнити лише свої інтереси. 17 % досліджуваних обрали стиль співпраці. Це означає, що вони намагаються прийти до альтернативи, яка повністю задовольняє обидві сторони. Також 12,2% надали перевагу стилю пристосування. Для людей, які обирають такий шлях характерне принесення в жертву власних інтересів заради іншого. Лише 9,8 % опитуваних обрали стиль уникнення. Для них характерна як відсутність прагнення до кооперації, так і відсутність прагнення до досягнення власної мети.

Так як завданням нашого дослідження було виявити вплив типу темпераменту на стиль вирішення конфліктної ситуації, проаналізувавши дані, ми з'ясували, що більшість холериків, а саме 46,1%, вирішують конфлікти шляхом суперництва, 30,8% обрали стиль компроміс, 23,1% –стиль співпраці. Ніхто з холериків не обрав стиль пристосування і стиль уникнення.

58% сангвініків обрали такий стиль вирішення конфліктної ситуації як компроміс, 16,7% надали перевагу суперництву і стільки ж обрало стиль співпраці. Лише 8,6% досліджених сангвініків застосовують стиль уникнення в конфліктній ситуації.

80% флегматиків обрали стиль співпраці, інші 20% –компроміс.

Меланхоліки розподілились таким чином: 50% надали перевагу стилю пристосування і 50 % – стилю уникнення.

Таким чином, вивчивши наукову літературу, проаналізувавши результати опитувальника «Формула темпераменту» та тесту «Стратегія поведінки в конфлікті», ми дійшли висновку, що здебільшого тип темпераменту дійсно впливає на поведінку в конфлікті, і відповідно, на вибір стиля вирішення конфліктної ситуації.

Література

1. Андрєєва Г. М. Соціальна психологія. - М., Аспект Пресс, 2002.
2. Батаршев А.В. Психология индивидуальных различий: От темперамента к характеру и типологии личности / А.В. Батаршев. – М.: Владос, 2000. – 256 с
3. Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів: Навч. Посібник для студентів вищих навч. закладів. – Х. – К., 2006. – 320 с.
4. Любимова Г. Ю., Психологія конфлікту. Учбово-методичний посібник. – М.: Педагогічне товариство Росії, 2004. – 160 с.
5. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: У двох книгах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Либідь. – 573 с.
6. Русалов В. М. О природе темперамента и его месте в структуре индивидуальных свойств человека / В. М. Русалов // Вопросы психологии. 1985. - № 1. - С. 19 - 32.
7. Теплов Б. М., Небиліцин В. Д. Вивчення основних властивостей нервової системи та їх значення для психології індивідуальних відмінностей. / / Питання психології. 1963. № 5.

Козюра Наталія
студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Губа Н.О.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ РІВНЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА МОТИВИ СКОЄННЯ ЗЛОЧИНУ

Встановлення мотивів скоєння злочину є одним з основних етапів комплексного дослідження особистості засудженого в діяльності як психолога так і слідчої групи. На мотиви злочинної поведінки впливають багато факторів: соціальний (середовище, виховання), особистісний (індивідуально-типологічні особливості, ціннісні орієнтації, емоційно-вольова сфера), ситуативний (актуальна потреба) та ін.. Більш детально у дослідженні було розглянуто особливості впливу емоційно-вольової сфери на злочинну поведінку, а саме такий аспект як рівень емоційного інтелекту. Актуальність даної роботи визначається тим, що існує досить багато досліджень з приводу впливу стану емоційної напруги на скоєння злочину, але майже не розкрита проблема впливу стійкого компоненту емоційно-вольової сфери – рівня емоційного інтелекту та його основних складових: розуміння та вміння керувати власними емоціями та емоціями інших людей.

Метою даного дослідження є теоретичний аналіз взаємозв'язку рівня емоційного інтелекту та мотивів скоєння злочину.

Дана проблематика розглядається в роботах Д.А. Карпенка, Є.А.Медянник, В.В. Романова, Р.В. Овчарової, О.М. Короленка, О.М. Пастушеня. В юридичній психології поняття мотив трактують як внутрішнє спонукання, спрямоване на задоволення значущої для суб'єкта потреби. [3, с.218] Формування основних мотивів незаконної поведінки у злочинців психологи пояснюють з різних точок зору. Так, А.Н. Пастушення розглядає два види походження мотивації злочинної поведінки. Зовнішньо детерміновані мотиви характеризуються зовнішніми джерелами – умови життєдіяльності або конкретні обставини, в яких виникає проблемна ситуація, яка потребує вирішення; внутрішньо детерміновані мотиви з'являються на основі актуалізації деякої потреби, інтересу, емоційного переживання, яке потребує розвантаження (агресія, ревнощі, помста). [2, с.38-39] Також до сьогодні ще однозначно не вирішено проблему усвідомлення мотивів правопорушень. Представники когнітивного підходу, вважають що категорія «мотив» є повністю усвідомленою та пов'язана з особистісним обґрунтуванням змісту скоєного злочину. Деякі дослідники (Н.Левітов, Н.М. Вєтров, Н.О. Катаєв) вважають, що іноді злочин може бути

скоєний під впливом неусвідомлених мотивів, оскільки у ряді випадків у вчинках злочинця проявляються витісненні в підсвідомості спонукання. За даними кримінологічних досліджень, серед мотивів вивчених злочинів перше місце займають інтереси особистості (матеріальні, службові, особистісні, родинні, житлові і т.д.), за ними йдуть почуття (помста, ревнощі, заздрість, ненависть та ін.), потреби, погляди, ідеали, звички особистості. Г.Г.Шиханцов виділяє наступні мотиви антисоціальної діяльності: мотиви самоствердження (статусні), захисні, заміщаючі мотиви, ігрові мотиви, мотиви самовиправдання. [1, с.30]

Будь який мотив скоєння злочину формується залежно від емоційного стану особистості. Емоції завжди пов'язані з задоволенням або незадоволенням яких-небудь важливих для людини потреб. Виходячи з під контролю свідомості, емоції мають сильний вплив на поведінку людини, мислення, сприйняття навколишнього середовища, і як результат можуть бути чинником для скоєння злочину. Тому рівень емоційного інтелекту пов'язаний з формуванням основного мотиву скоєння злочину. Емоційний інтелект став предметом дослідження нещодавно, одними з перших його почали досліджувати психологи П. Селовей та Д. Маєр, які визначають цю структуру як група здібностей, які сприяють усвідомленню і розумінню власних емоцій та емоцій оточуючих. Російський дослідник В.Д. Люсін виділяє наступні компоненти емоційного інтелекту: розуміння емоцій, управління, міжособистісний інтелект та внутрішньоособистісний інтелект. [4, с.12] Низький рівень розуміння та контролю емоціями свідчить про невміння стримувати негативні переживання, імпульсивність, агресію, що може мотивувати до скоєння злочину. Щодо міжособистісного емоційного інтелекту, який впливає на взаєморозуміння, процес адаптації, почуття емпатії, поведінку у міжособистісних конфліктах, сприйняття емоцій оточуючих, все це пов'язано з становленням мотиву протиправної поведінки. Іноді сильні не усвідомленні емоції можуть призвести до несвідомого мотиву злочинної поведінки. Та навпаки, оволодіння та диференціювання емоцій, керування своїм емоційним станом є показником високого рівня емоційного інтелекту та гармонічно сформованої особистості.

В результаті проведення теоретичного аналізу проблеми впливу емоційного інтелекту на мотиви скоєння злочину можна зробити висновок, що емоційний інтелект є одним зі значущих факторів формування мотивів скоєння злочину. Низький рівень розуміння, контролю як своїх емоцій так і емоції оточуючих людей може спричинити переживання негативних почуттів (агресії, помсти, ревнощів, тривоги), що є розповсюдженим мотивом скоєння злочину.

Література

1. Овчарова Р.В. Криминальная мотивация несовершеннолетних правонарушителей. Монография. - Курган: Издательство "КГУ", 2011. - 178 с.
2. Пастушеня А.Н. Криминальная психология. Учебно методический комплекс для студентов специальности «Психология». - Минск: Издательство МИУ, 2007. - 176 с.
3. Романов В.В. Юридическая психология. – М.: Юрист, 2004.-488 с.
4. Юркевич В. С. Проблема эмоционального интеллекта // Вестник практической психологии образования. -2005.- №3(4). – с 12-17.

Крошка Наталія
аспірант кафедри практичної психології
Наук. кер.: д. психол. н., проф. Шевченко Н.Ф.

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ПРОФЕСІЙНО ВАЖЛИВА ЯКІСТЬ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ РАКЕТНО-КОСМІЧНОЇ СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Постановка проблеми. Сучасна система вищої освіти в Україні модернізується відповідно до європейських стандартів та передбачає підготовку компетентного фахівця. Випускник сучасного вишу має володіти певними професійно-важливими якостями, усвідомлювати свою професійну відповідальність, вміти визначати і успішно досягати певних професійних цілей, бути професійно придатним та соціально мобільним при

ухваленні професійних рішень. Відтак, у контексті вимог до розвитку авіаційної галузі та підготовки її фахівців, проблема формування відповідальності у майбутніх професіоналів набуває особливої актуальності. У сучасних умовах розвитку ракетно-космічної галузі існує проблема підготовки такого спеціаліста, який би відповідав нормам професійно-етичної поведінки механіка, основним компонентом якої є відповідальність.

Проблема відповідальності особистості у професійній діяльності є центральною в роботах сучасних українських, та зарубіжних авторів (К.О. Абульханова-Славська, Б.Г. Ананьєв, Л.І. Дементій, А. Маслоу, М. В. Муконіна, К. Роджерс, Дж. Роттер).

Метою роботи - представлення результатів аналізу відповідальності як професійно важливої якості майбутніх фахівців ракетно-космічної спеціальності.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Відповідальність як якість майбутнього фахівця ракетно-космічної спеціальності є проявом різнопланової активності. Однією з найбільш загальних властивостей особистості, яка об'єднує в собі компоненти афективно-мотиваційної, інтелектуальної та діяльно-поведінкової сфери людини як тілесно-душевно-духовної цілісності. Сформованість внутрішньої відповідальності вважається головним критерієм оцінки рівня моральної зрілості особистості майбутніх фахівців авіаційної галузі.

Людина стає відповідальною в реальних життєвих ситуаціях та обставинах, що передбачає включення механізмів утворення у процесі прийняття професійного обов'язку. Відповідальність є однією з найбільш загальних властивостей особистості, яка містить когнітивні, емоційно - мотиваційні та поведінкові компоненти (М. В. Савчин).

У педагогічній та віковій психології одним з основних аспектів вивчення проблеми відповідальності є аналіз розвитку її окремих складових у старшому підлітковому та юнацькому віці (Ю. А. Алексєєва, І. С. Булах, Г. П. Татаурова, І. Г. Тимощук та ін.). Результати досліджень свідчать про те, що саме в юнацькому віці відбуваються важливі зрушення в становленні відповідальності особистості. Цьому сприяють об'єктивні соціальні умови вибору молодою людиною свого подальшого шляху, усвідомлення шляху, усвідомлення індивідуальної та соціальної необхідності брати на себе відповідальність за якість професійної підготовки та обраної суспільної діяльності.

Професійна відповідальність завжди пов'язана з професійними можливостями розуміння і реалізації людиною професійних вимог з урахуванням конкретних умов їхнього виконання. Професійна відповідальність характеризується тим, що особистість приймає свої професійні обов'язки у відповідності з вимогами своєї організації (соціальної групи колективу) і суспільства в цілому

У психологічних дослідженнях В. Г Лазорко професійна відповідальність трактується як міра усвідомлення особистістю своїх професійних обов'язків і добровільного їх виконання, а також міра її провини за невиконання професійних обов'язків. В. Г. Лазорко вважає правомірним вживання понять «професійна відповідальність» та «відповідальність» в тотожному значенні власного дослідження. Високий рівень професійної відповідальності майбутніх фахівців у її правовому, соціальному та морально етичному аспектах є визначальним чинником забезпечення ефективності роботи організацій, держави в цілому та адекватності дотримання порядку в соціумі.

К. С. Семиноженко зазначає, що професійна відповідальність є одним з найбільш значущих аспектів соціальної відповідальності та структурним компонентом будь-якої професійної діяльності, яка успішно розвивається.

Відповідальність як професійна якість є складовою особистісної зрілості та належить до почуття громадського обов'язку (Ю. З. Гільбух).

Узагальнену модель професійного ставлення особистості розробив К. Муздибаєв, який визначає професійне ставлення як процес вирішення протиріч між соціально-професійними вимогами до особистості та її бажаннями, можливостями у їх реалізації

Центральна тенденція формування відповідальності як професійної якості майбутнього фахівця ракетно-космічної спеціальності проявляється у виникненні додаткового внутрішнього механізму контролю. З механізмами контролю пов'язане уявлення про інстанцію, перед якою суб'єкт відповідальності звітує. Інстанція може бути як зовнішня, так і внутрішня. В залежності від того, де знаходиться інстанція, перед якою

суб’єкт відповідає, говорять про інтернальний та екстернальний локус контролю. Це є суттєвим чинником, що визначає характер відповідальності особистості. Відповідальна особистість характеризується самостійністю мислення, вмінням приймати рішення та відповідати за свої дії. А отже, поняття відповідальності взаємопов’язане з поняттям самоконтролю.

Висновок. Аналіз психолого-педагогічної літератури засвідчив відсутність спеціальних досліджень відповідальності як професійно важливої якості майбутнього фахівця ракетно-космічної спеціальності. Перспективним надалі вбачаємо комплексно-системний аналіз проблеми, що передбачає вивчення відповідальності на рівні цілісного суб’єкта поведінки в конкретних навчально-педагогічних умовах.

Крусір Ріта
студентка 5 курсу фак.-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Грандт В.В.

ВПЛИВ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО СТРЕСУ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН УЧНІВ В СИТУАЦІЇ СКЛАДАННЯ ЗНО ТА ДПА

Актуальність дослідження. На сучасному етапі розвитку людства дослідження проблеми екзаменаційного стресу є дуже актуальним, адже суспільне життя людини постійно ставить її в ситуацію «іспитів» – тих або інших випробувань, де їй потрібно доводити свою соціальну спроможність, матеріальне благополуччя, фізичне самопочуття або рівень інтелекту. Класичний приклад екзаменаційного стресу можна виявити в періоди проходження ДПА та ЗНО в будь-якому учбовому закладі.

Дослідження проблеми екзаменаційного стресу розпочалися відносно нещодавно, лише в другій половині 90-х років XX століття, в порівнянні з дослідженнями проблеми феномену сильного емоційного напруження в загальному. Вперше проблема екзаменаційного стресу розглядається в праці М.В.Антропова «Психофізіологія», В.І.Бадіков, П.К.Анохіна, В.В.Плотніков, Н.Н.Самко.

Підготовка учнів 9,11 класів до ДПА та ЗНО у навчальних закладах є досить специфічною, що не виключає виникнення стресових станів, які обумовлені більш високими вимогами до темпу навчальної діяльності. Цим підтверджується актуальність даної проблеми та необхідність її детального вивчення.

Теоретико-методологічне обґрунтування проблеми. Аналіз наукових джерел показав багатогранність досліджуваного нами питання, що і зумовило його вивчення. Нами було розглянуто поняття емоцій, що являють собою загальну активну форму переживання організмом своєї життєдіяльності. При дослідженні емоцій, були розкриті декілька основних класифікацій:

1. Перша класифікація поділяє емоції на прості та складні.

2. За другою класифікацією розрізняють стенічні та астенічні емоції.

3.Третя класифікація, запропонована Б.І. Додоновим виділяє такі емоції: альтруїстичні, комунікативні, глоричні, праксичні, пугнічні, романтичні, гностичні, естетичні, гедоністичні, акизитивні.

4.До четвертої класифікації відносяться фундаментальні емоції (згідно К.Є. Ізарду): інтерес, радість, горе, гнів, огида, презирство, страх, подив, провина, сором.

Для розкриття досліджуванної теми, були визначені поняття:

1. Стрес, що являє собою неспецифічну відповідь організму на будь-яку пред'явлену йому вимогу, яка перевищує норму, а також відповідна реакція нервової системи. Стрес - це стан організму при порушеному гомеостазі.

2. Екзаменаційний стрес – це стан сильного емоційного напруження, що виникає під час очікування, чи страху перед, після і під час екзаменів. Також, теоретично, ми з’ясували, що основною причиною виникнення екзаменаційного стресу є страх, а всі інші просто похідні від неї. Екзаменаційний стрес негативно впливає на нервову, серцево-судинну і імунну системи учнів і навіть може викликати порушення генетичного апарату, підвищуючи вірогідність виникнення захворювань, також може привести до психічних розладів.

3. Фактор який викликав порушення гомеостазу, називають стресором

4. Стрес реакція - це нейроендокринна реакція організму на порушення гомеостазу.

5. Під не специфічністю, вважається те, що різні стресори викликають в різних людей одні і ті ж самі неспецифічні нейрогуморальні та морфологічні зміни.

Метою роботи є дослідження впливу екзаменаційного стресу на емоційний стан учнів 9,11 класу під час проходження ДПА, ЗНО.

Гіпотеза: дослідження передбачає, що опитана група школярів має сильне емоційне потрясіння під час проходження ДПА, ЗНО.

Методика і організація дослідження. Для визначення впливу екзаменаційного стресу на емоційний стан особистості учнів 9, 11 класів у період проходження ДПА, ЗНО ми провели діагностичні дослідження на базі ЗНВК «Вибір». В дослідженнях брали участь група учнів (10 осіб) із 9-го під час проходження ДПА і група учнів (10 осіб) 11 класу під час проходження ЗНО.

Для організації емпіричного дослідження використовувались наступні методики: методика «Самооцінки психічних станів: самопочуття, загальна активність, настрій (САН) А. М. Лутошкін, опитувач Спілбергера–Ханіна, тест Г. Айзенка «Самооцінка психічних станів», письмове опитування.

Результати дослідження. Дослідження емоційного стану учнів під час звичайної навчальної діяльності і під час проходження ДПА й ЗНО та порівняльний аналіз результатів досліджень дав підставу вважати:

- під час проходження ДПА та ЗНО настрій учнів 9, 11 класів знаходиться в негативному діапазоні, де переважно показниками є тривожний та сумний настрій;
- рівень тривожності учнів під час ДПА і ЗНО хоч і залишався в діапазоні середніх величин, але він значно перевищує дані, які ми отримали в на першому етапі дослідження;
- показники самопочуття, активності та настрою учнів 9, 11 класів, отримані під час екзаменаційної компанії, значно нижчі, ніж в навчальній період, це означає, що стрес, який учні переживають під час екзаменів, негативно впливає на самопочуття, активність та настрій.
- учні 9, 11 класів перебувають у стані емоційного напруження, який характеризується високим рівнем тривожності, фрустрації, агресивності.

У результаті емпіричного дослідження, висунута нами гіпотеза про те, що учні 9,11 класів під час проходження ДПА і ЗНО мають сильне емоційне потрясіння знайшла своє підтвердження. Тож, результати теоретичного й емпіричного дослідження повною мірою підтвердили гіпотезу, на якій вони ґрунтуються.

Література

1.Владимирова Н.М. Влияние ситуации экзамена на течение ассоциативного процесса (у студентов)/ Н. В. Владимирова. – Л., 1973. – С. 31-54.

2. Селье Г. Стресс без дистресса / Г. Селье – М. : Прогресс, 1982. – 127 с.

3. Сельє Р. Теорія стрессу/ Р. Сельє - О.: Теорія- 2008- 465 с.

Кучинова Наталя
аспірантка фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ-МАРКЕТОЛОГІВ

Актуальність. Важливим завданням сучасної вищої школи є створення умов для розвитку майбутнього фахівця здатного до креативного підходу у вирішенні професійних завдань. На теперішній час в науці домінує уявлення про те, що креативність не константна величина і підлягає цілеспрямованому розвитку. Значною мірою це стосується фахової підготовки студентів-маркетологів, професійна діяльність яких пов’язана з вирішенням нестандартних задач в умовах загострюючоюся конкуренції.

Проблемам розвитку креативності присвячені наукові праці зарубіжних дослідників Г. Альтшуллера, Ед. де Боно, Т. Бьюзена, Дж. Гілфорда, Р. Еберле, Дж. О'Кіффа, А. Осборна, Г. Уоллеса, Е. Торренса, Ф. Цвіккі та вітчизняних науковців Д. Богоявленської, В. Моляко, О. Музики та інших. Однак питання розвитку креативності майбутніх фахівців різних галузей діяльності залишається актуальним.

Метою статті є висвітлення теоретичних аспектів розробки програми розвитку креативності студентів-маркетологів.

Аналіз наукових джерел дозволив окреслити провідні теорії розвитку творчості та креативності, які покладено в розробку програми розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів.

Так, відома «Теорія рішення винахідницьких задач» (ТРВЗ), автором якої є Г. Альтшуллер та його послідовники, була розроблена для вирішення творчих завдань у винахідницькій діяльності. В наш час вона набуває поширення в гуманітарних науках, в бізнесі, оскільки озброює людину спеціальними уміннями та технологіями творчого мислення. Ідеї цієї теорії було використано у розробці спецкурсу з розвитку творчої уяви для майбутніх фахівців з маркетингу.

Вагомий внесок у вивчення проблеми креативності зроблено вітчизняним науковцем В. О. Моляко. У творчій діяльності дослідник виділив п'ять основних стратегій конструювання: комбінування, аналогізування, реконструювання, універсальна стратегія та стратегія випадкових підстановок (КАРУС). Методи активізації творчої мисленнєвої діяльності системи «КАРУС» успішно використовуються в конструкторській діяльності та в технічній творчості [1].

В теорії Г. Уоллеса «Мистецтво мислити» викладено теорію чотирьох стадій творчого процесу: підготовку, інкубацію, осяяння та верифікацію. Вони є невід'ємними складовими творчого процесу, а їх взаємодія приводить людину до творчого результату.

При розробці практичних вправ з розвитку творчого мислення було використано відому креативну методику «SCAMPER», розроблену Р. Еберле, для стимулювання творчого мислення. Методика сприяє генеруванню нових ідей та допомагає подолати шаблонність мислення. В основу методики покладено сім прийомів: замінити (Substitute), комбінувати (Combine), додати (Adapt), модифікувати (Modify), застосувати (Put), вилучити (Eliminate), поміняти місцями (Reverse).

В роботі над програмою розвитку креативної складової професійного мислення було використано «Метод шести капелюхів» Ед. де Боно. Цей метод допомагає подолати труднощі у вирішенні практичних завдань шляхом поділу процесу мислення на шість різних режимів (кожен представлено у вигляді метафоричного капелюха певного кольору), що сприяє зосередженості, стійкості і гнучкості. «Метод шести капелюхів» дозволяє структурувати розумову діяльність як особисту, так і колективну. Цей метод широко використовується в сучасній практиці розв'язання проблем та прийняття рішень.

Для створення програми значну цінність мають наукові погляди вченого-практика в галузі маркетингу Ф. Котлера, засновника спеціальності «Маркетинг». Новим тенденціям розвитку сучасного маркетингу присвячена його відома праця «Латеральний маркетинг: Технологія пошуку революційних ідей». Латеральний маркетинг визначається як технологія, що дозволяє висувати цікаві ідеї, створювати нові продукти, знаходити шляхи залучення споживачів та розробляти нові рекламні кампанії. В основу латерального маркетингу покладено ідеї латерального мислення Ед. де Боно. Спеціальними прийомами, що допомагають людині вийти за рамки звичних способів міркування, визначено заміну, переворот, комбінування, гіперболізацію, усунення або зміну порядку у товарі або послузі [2]. Вважаємо, що оволодіння інструментами латерального маркетингу значною мірою буде сприяти розвитку креативності студентів-маркетологів.

При розробці практичної частини програми розвитку креативності студентів спеціальності «Маркетинг» було звернуто увагу на метод Т. Бьюзена «Ментальні карти», в якому ментальна карта є інструментом візуального уявлення і запису інформації. В програмі

також було використано методи колективної творчості: мозковий штурм, метод синектики та інші.

Висновок. Аналіз наукових джерел дозволив теоретично обґрунтувати зміст програми розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів в процесі професійної підготовки.

Література

1. Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень / За ред. В. О. Моляко, О. Л. Музики. – Житомир: Вид-во Рута, 2006. – 320 с.
2. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 206 с.

Лєпіна Юлія
студентка 2 курсу фак-ту СПП
Наук.кер.: к.псих.н., доцент Лукасевич О.А.

ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СТАРШОМУ ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

Актуальність дослідження. Розвиток емоційного інтелекту людини одна з актуальних проблем сучасної психології. Емоційний інтелект як предмет соціально-психологічного дослідження є відносно новим, маловивченим феноменом. На даний момент існують різні підходи до розуміння суті і структури емоційного інтелекту, однак єдина узгоджена теорія емоційного інтелекту не розроблена. Проте, необхідність вивчення емоційного інтелекту зростає, для отримання чіткого висновку, що впливає на ефективність соціально-психологічної адаптації особистості.

Недооцінка важливості емоційної складової у житті людини, ведуть до зростання числа тяжких душевних станів, емоційних вибухів і конфліктів. Прискорюється темп життя, все більше з'являються фактори стресу, зростає конкуренція та задуха від впливів з оточуючого середовища. Збільшуються випадки емоційного перенавантаження. Усі дослідження, які були зроблені, не дають чіткої відповіді на те, чи впливає емоційний інтелект на розумову діяльність людини. І чи відноситься це до всіх людей, або є розмежування та критерії оцінки емоційного інтелекту різних груп населення, статусу або спеціальності.

Мета дослідження. Емпірично дослідити та проаналізувати особливості емоційного інтелекту у старшому підлітковому віці в навчальній діяльності.

Методика та організація дослідження. В ході емпіричного дослідження використано тест Холла «Опитувальник на емоційний інтелект». Методика запропонована Н. Холлом для виявлення здатності розуміти ставлення особистості, що репрезентуються в емоціях та управляти емоційною сферою на основі прийняття рішень. Вона складається з 30 висловлювань і містить 5 шкал: емоційна обізнаність (ЕО); управління своїми емоціями (УСЕ); самомотивація (С); емпатія (Е); розпізнавання емоцій інших людей (РЕІЛ). Дослідження особливостей емоційного інтелекту у старшому підлітковому віці проводилось на базі Запорізької загальноосвітньої школи №12. В дослідженні брали участь 34 учня 10-их класів.

Результати дослідження показали, що більша частина вибірки має низький рівень емоційного інтелекту, незначна частина має середній рівень інтелекту, і всього одна людина має високий рівень емоційного інтелекту. Узагальнивши отримані результати, можна зробити наступні висновки: для 58,82% учнів середньою мірою представлено емоційний прояв «Емпатія», що характеризує їх здатність до розуміння емоційного стану іншої людини за допомогою співпереживання, проникнення в їх суб'єктивний світ; для 50% учнів низькою мірою представлено емоційний прояв «Самомотивація», що характеризує їх здатність довільно управляти своїми емоціями; для 52,94% студентів середньою мірою представлено емоційний прояв «Емоційна обізнаність», що характеризує здатність визначати і виражати те, що вони відчувають від моменту до моменту і розуміти зв'язок між їхніми почуттями і

діями, також дозволяє зрозуміти, що відчувають інші і співпереживати їм; для 50% студентів середньою мірою представлено емоційний прояв «Розпізнавання емоцій інших людей», що характеризує їх вміння впливати на емоційний стан інших людей; для 82,35% студентів низькою мірою представлено емоційний прояв «Управління своїми емоціями», що характеризує емоційну неригідність; для 50% досліджуваних учнів низькою мірою представлено показник самомотивації; для 50% учнів середньою мірою представлено показник розуміння емоцій інших людей.

Порівнюючи рівень емоційного інтелекту та рівень успішності учнів, можна зробити деякі висновки: у більшості учнів низький рівень емоційного інтелекту, але не на всіх, у навчальній діяльності, він впливає. В учнів з середнім та високим рівнем успішності, також виявився низький рівень емоційного інтелекту. У проведеному нами дослідженні, тільки у одного учня було виявлено високий рівень емоційного інтелекту, у якого не зовсім високий рівень успішності у навчанні.

Висновки. В результаті емпіричного дослідження емоційного інтелекту у старшому підлітковому віці, було виявлено що, емоційний інтелект, у більшості випадків не впливає на рівень успішності в навчальній діяльності. Є деякі виключення, в залежності від обставин прояву емоцій, але в цілому емоційний інтелект є не основною складовою успішності у навчальній діяльності у старшому підлітковому віці.

Література

1. Андреева, И.Н. Эмоциональный интеллект: непонимание, приводящее к «исчезновению»? / И.Н. Андреев. // Психологический журнал. — Минск, 2006. № 1.-С. 28-32.
2. Андреева И. Н. Предпосылки развития эмоционального интеллекта // Вопросы психологии. 2007. № 5. С. 57 — 65.
3. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
4. Холмогорова А. Б., Гаранян Н. Г. Культура, эмоции и психическое здоровье // Вопр. психол.1999. № 2. С. 61–74.
5. http://psycabi.net/testy/21-emotsionalnyj-intellekt-eq

Луганська Анна
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Губа Н.О.

ВПЛИВ СТИЛЮ ДИТЯЧО-БАТЬКІВСЬКИХ ВІДНОСИН НА ФОРМУВАННЯ УСПІШНОСТІ В ЗРІЛОМУ ВІЦІ

Проблема розвитку й формування особистості в онтогенезі - одна з найважливіших і актуальніших проблем психологічної науки в цілому й психології особистості зокрема. Великий внесок у вирішенні питання про механізми розвитку особистості, фактори, які впливають на її формування внесли багато вітчизняних та закордонних дослідників. Разом з тим, незважаючи на те, що у вітчизняній і закордонній літературі досить глибоко й докладно розглянуті особливості впливу стилів сімейного виховання на формування особистості дитини, мало вивченим залишається питання про конкретний вплив виховних принципів кожного з батьків на різні структурні елементи особистості, у тому числі на рівні окремих рис особистості, на рівні значеннєвих утворень особистості (насамперед цінностей самоактуалізації) і на рівні семантичних структур повсякденної свідомості.

Слід зазначити, що більшість робіт, присвячених вивченню впливу стилів сімейного виховання, розглядають дану проблему як без урахування статі дитини, так і без урахування особливостей стилів поведінки батька й матері. Однак стать дитини є однією з основних умов, що впливають на специфіку індивідуального розвитку. Теоретична недооцінка категорії статі в психології дає неадекватне уявлення про особливості формування особистості в онтогенезі.

Слід визнати, що найбільш дослідженою областю є проблема впливу батьків різної статі на формування статевої ідентичності. Разом з тим, як показує аналіз літератури, цей вплив вивчався переважно в ранньому й дитячому віках і меншою мірою в підлітковому і юнацькому, тим паче у зрілому віці.

Визнаючи той факт, що становлення особистості здійснюється на всіх етапах життя людини, окрім того, що ранні періоди дитинства унікальні для розвитку індивідуума, ми вважаємо, що юнацький вік та рання зрілість найважливіші періоди для розвитку особистості, а "суб'єктивні образи батьків" впливають на сприйняття себе й інших, на формування тих або інших рис особистості й значеннєвих орієнтирів особистості.

Виходячи з вище зазначених міркувань, нам представляється вкрай актуальним і своєчасним дослідження впливу стилів виховання кожного з батьків на особистість й простежити цей вплив на різних рівнях організації особистості. Актуальність обумовила вибір теми дослідження "Вплив стилю дитячо- батьківських відносин на формування успішності в зрілому віці".

На підставі отриманих в роботі експериментальних даних можна зробити висновок про те, що виховні стилі батьків як однієї, так і протилежної з дитиною статі впливають на формування особистості.

Більш високі показники, отримані по шкалах позитивності й директивності в оцінках випробуваними - виховних принципів матері підтверджує припущення про те, що незалежно від статі дитини, у повсякденній свідомості образ матері представляється як суворий, але безумовно, позитивний. Відмінність у виховній позиції тата надає впливу на семантичну структуру свідомості лише в розподілі значимості факторів і оцінці образа актуального "Я" по фактору "Сили". Негативне відношення батька веде до формування виражених оборонних реакцій, виховуючи прагнення до боротьби.

В роботі установлена залежність між стилями батьківського виховання, яка прослідковується на рівні рис особистості, на рівні особистісної зрілості, на рівні семантичної структури повсякденної свідомості. Так, на рівні рис установлена чітка залежність між виховними принципами обох батьків, які випробувані оцінювали як безумовно, позитивні, так і відверто ворожі, і тими станами й властивостями особистості, які, в першу чергу, відповідальні за рівень психологічного благополуччя, емоційний стан, регуляцію поведінки й соціальну адаптацію.

Уявлення про позитивний або негативний стилі батьківського виховання в цілому знаходить висвітлення у формуванні семантичної структури свідомості випробуваних. Перевага негативного відношення над позитивним формує суперечливу картину миру, у якій значимі образи оцінюються як гарні, але небезпечні.

Несприятливі умови виховання, якщо вони пов'язані з мамою, формують суперечливу картину миру, у якій значимі об'єкти (мама) можуть бути оцінені і як гарні, і як погані (небезпечні, злі) одночасно. У семантичному просторі дівчат, що негативно оцінили виховний стиль мами виділяється додатковий оцінний фактор, що дозволяє оцінювати маму як гарну, близьку, але одночасно, по іншому факторі, як важку й не гнучку.

Проведене нами дослідження дозволяє, враховуючи особливості формування особистості в родині, роль у цих процесах батька й матері, проводити просвітницьку, науково-просвітницьку роботу з питань полорольового виховання серед батьків; з урахуванням отриманих даних розробити соціально психологічні основи тренінгів для батьків, викладачів, психологів, що допомагають внести необхідні зміни в традиційну систему поглядів, переконань, очікувань щодо ролі батьків у вихованні особистості.

Література

1. Божович Л.И. Психологические закономерности формирования личности в онтогенезе / Л.И. Божович // Вопросы психологии. – 197 6. – №6

2. Венгер А. Л. Проблемы психологии и научное творчество Д. Б Эльконина / А. Л. Венгер, В. И. Слободчиков, Б. Д. Эльконин // Вопросы психологии, – 1988.

3. Выготский Л.С. Педология подростка / Л.С. Выготский // Собр. соч. в 6 т. – Т. 4. – М. , –

Педагогика. – 1984. – 379 с.
4. Эльконин Б.Д. Кризис детства и основания проектирования форм детского развития. //Вопросы психологии, 1991. – N. 3-4.
5. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Э. Эриксон / – М. : Издательская группа "Прогресс", 1996

Ляхова Юлія
студентка 4 курсу фак-ту СПП
Наук. кер. : к. психол. н., доц. Калюжна Є.М.

ПРОФІЛАКТИКА ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЯК НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА

В українському суспільстві діти, які опинилися в кризовому стані, потребують висококласної професійної допомоги і підтримки. Останній час констатується збільшення кількості проявів дезадаптивних реакцій серед молодших школярів. У багатьох випадках порушення норм поведінки дітьми 7-10 років не становлять суспільної небезпеки, оскільки характеризуються примітивністю способів вчинення, але є небезпечними і в разі відсутності своєчасного реагування вихователів, педагогів, батьків можуть привести до деформації особистості.

Об’єкт дослідження – девіантна поведінка як соціальне явище

Предмет дослідження – особливості соціально-педагогічної діяльності з девіантними молодшими школярами.

Мета дослідження – вивчення досвіду роботи соціального педагога з девіантними молодшими школярами.

Гіпотеза дослідження – полягає у припущенні, що використання ефективних методів роботи соціального педагога сприяє попередженню девіантної поведінки молодших школярів в середовищі загальної школи.

Відповідно мети і гіпотези сформовані наступні завдання дослідження:

- проаналізувати девіантну поведінку молодших школярів як соціальне явище;
- обґрунтувати і визначити особливості соціально-педагогічної діяльності з девіантними молодшими школярами;
- розробити методику дослідження проявів і попередження девіації в молодшому шкільному віці;

Теоретична частина дослідження присвячена вивченню девіантної поведінки молодших школярів.

Вивчення проблем девіантної поведінки дозволили виявити такі її прояви: адиктивна поведінка, агресивна поведінка, суїцидальна поведінка.

Девіантна поведінка дитини є результатом взаємодії умов формування її особистості в сім'ї, школі, неформального спілкування з дорослими і однолітками та психічних рис, що знижують адаптивні можливості індивіда.

Девіантна поведінка дітей – реакція на негативні чинники соціального середовища, проте навіть сполучення кількох психологічних і соціальних негативних чинників не обов'язково спричиняє девіантну поведінку. Будь-яка дитина здатна опиратися негативним чинникам. Збільшення власних ресурсів дітей з тавром "важких" – одне з завдань систем соціальної роботи з молоддю.

Також увага була приділена теоретичному аналізу системної діяльності соціального педагога з девіантними дітьми, були розглянуті причини появи девіації у молодшому шкільному віці, розкриті зміст і структуру соціальної профілактики в роботі з девіантними школярами.

Функції соціально-педагогічної діяльності – це основні напрямки роботи, в яких конкретизується їх зміст. Для реалізації окремих функцій спеціалісту необхідно мати можливість оперувати сумою адекватних знань та умінь. Комплексна характеристика

кожного напрямку роботи соціального педагога містить у собі опис професійної спрямованості, знань та вмінь.

Встановлено, що до структури соціальної профілактики входять напрямки, форми, види та методи. До видів були віднесені первинна і вторинна профілактика. До методів – соціальна агітація та пропаганда. Методи визначають способи досягнення мети соціальної профілактики. До напрямків соціальної профілактики можна віднести: профілактику наркоманії; профілактику алкоголізму і тютюнопаління; профілактику ВІЛ/СНІДу та захворювань, що передаються статевим шляхом; профілактику правопорушень та злочинності; профілактику бездоглядності, безпритульності. До форм профілактики відносяться: акції, заходи, кампанії.

Таким чином, соціальна профілактика девіантної поведінки школярів – це діяльність соціального педагога, яка спрямована на організацію та впровадження системи заходів щодо попередження аморальної, протиправної та іншої асоціальної поведінки, виявлення та запобігання негативному впливу та його наслідків на життя і здоров'я дітей та молоді.

Практична частина присвячена дослідженню проявів і попередження девіантної поведінки в молодшому шкільному віці.

Було проведено профілактичну роботу з 30 учнями-підлітками і проходила вона у два етапи:

I. Виявлення відношення молодших школярів до шкідливих звичок: анкета на вивчення способу життя;

II. Організація конкурсів, вікторин, інсценованих театральних дій з даної тематики, проведення усних журналів, бесід.

У ході проведеної дослідницької роботи було встановлено, що гіпотеза про те, що використання ефективних методів роботи соціального педагога сприяє попередженню девіантної поведінки молодших школярів в середовищі загальної школи підтвердилась.

Таким чином, можна стверджувати, що за допомогою спеціальних соціально-педагогічних технологій під час профілактичної роботи з молодшими школярами по попередженню шкідливих звичок можна зменшити і запобігти вживанню ними шкідливих речовин.

Література

1. Алмазов Б.Н. Психічна середовищна дезадаптація неповнолітніх / Б.Н.Алмазов. – К.: Наука, 1986.
2. Білоусова З.І. Сім'я – школа – конфлікт / З.І.Білоусова, В.Е.Бойко, М.І.Приходько. – Запоріжжя: Просвіта, 1995.
3. Выготский Л.С. Вопросы детской психологии / Л.С.Выготский . – СПб.: Питер, 1999.

Малихіна Ольга
аспірантка БДПУ
Наук. кер.:д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

ҐЕНЕЗА САМОПОВАГИ ОСОБИСТОСТІ

На сучасному етапі розвитку суспільної свідомості, проблема формування самоповаги у підростаючого покоління стає особливо актуальною. Передусім це пов’язано з демократичними змінами які відбуваються в суспільстві

Самоповага починає формуватися з раннього віку, коли дитина не усвідомлює себе окремо від оточуючих, і його ставлення до себе складається через ставлення дорослих й розвивається протягом усіх етапів онтогенезу.

Мета роботи – висвітлити появу і розвиток самоповаги особистості з раннього до юнацького віку.

Спочатку дитина відчуває себе коханою або відкинутою, а лише потім набуває здатності та засобів когнітивного самопізнання, тобто відчуття «який я» складається раніше, ніж «хто я» [2]. Поведінка батьків та їх виховні установки дуже важливі для розвитку самоповаги дитини. Саме від виховання в ранньому дитинстві залежить адекватність самооцінки і самоповаги. До кінця раннього віку дитина «відділяється» від інших людей і починає усвідомлювати власні зростаючі здібності.

До молодшого шкільного віку думки батьків, вихователів і однолітків безпосередньо визначають самоставлення дитини. Знання про себе дитина отримує через оцінки своєї успішності оточуючими людьми. Механізмом зміни орієнтиру з предметної діяльності на взаємини з дорослими виступає зміною форми спілкування. Оцінки й думки людей стосуються не тільки діяльності молодшого школяра, але і його самого як особистості. При цьому вони орієнтують дитину на сприйняття й оцінки навколишніх, які інтеріоризуються і починають виступати критерієм його власної самооцінки. Таким чином, самооцінка молодшого школяра розвивається під впливом успішності в діяльності, до якої додається і вплив взаємин з однолітками і дорослими. На думку Е. Еріксона. [3] молодший шкільний вік слід розглядати як період, коли можуть сформуватися почуття гідності або комплекс неповноцінності, а самоповага учня взаємопов'язана з його шкільними результатами.

Самоповага підлітків розвивається гетерохронно. Цей процес більш виражений за параметром оцінного, ніж емоційного самоставлення. Повага підлітком себе як особистості стає менш залежною від батьківських оцінок. Основи її формування починають переміщатися із сфери взаємин з батьками в сферу контактів з однолітками, сферу успішності власної діяльності і оволодіння своєю поведінкою, в той час як емоційне благополуччя в сім'ї продовжує переважаюче впливати на характер його емоційного ставлення до себе.

Іншим детермінуючим критерієм є успішність у навчанні. Вчителі та батьки часто за всяку ціну намагаються "замкнути" самоповагу дитини на навчальній успішності, не беручи до уваги його досягнень в інших сферах діяльності. Але тим самим вони надають його життєвим цілям і його самосвідомості небезпечну однобічність, яка у разі невдачі в навчанні може обернутися довгостроковим почуттям особистої неповноцінності, потенційно небезпечною психопатологією.

У більшості старшокласників рівень самоповаги підвищується. Зростання триває і після закінчення школи, коли трудова або навчальна діяльність у вищому навчальному закладі починає «переважувати» негативний сімейний або шкільний досвід.

Загальна самоповага – риса вельми стійка, і її зниження може мати довгострокові наслідки, породжуючи низку труднощів у сфері спілкування та міжособистісних відносин.

Співвідносячи закономірності розвитку особистості слід зазначити що становлення самоповаги студента підготовлено всім ходом попереднього формування особистості молодої людини.

Особистісно-професійний розвиток студентів у внз безпосередньо залежить від тих смислів і цінностей, які вони знаходять у професійній діяльності. У процесі професійного навчання виділяється завдання активізації прагнення до самопізнання. Усвідомлення своїх якостей, здібностей, можливостей розвитку сприяє змістовному насиченню навчальної діяльності та збагаченню смислових зв'язків. Через самопізнання студент починає орієнтуватися в ціннісно-смисловому змісті своєї діяльності. Наявність і усвідомлення значимої мети, ідеї, смислу, тобто змістовного компонента професійної спрямованості – важлива умова професійного та особистісного розвитку студента [1].

Етап студентства, на наш погляд, важливий тим, що задає умови для формування у молодої людини нового типу ставлення до себе, заснованого на переході від окремих самооцінок до загальної та цілісної, який стався на попередніх етапах розвитку. Ставлення до себе стає автономним від оцінок оточуючих, окремих успіхів і невдач або впливів конкретних ситуацій. Оцінка окремих якостей, сторін особистості відходить на другий план або грає підлеглу роль, а провідним стає деяке загальне і цілісне прийняття себе, тобто

самоповага. Розпочавши своє інтенсивне формування в юності, емоційно-ціннісне ставлення до себе переходить в студентстві на якісно новий рівень, коли загальна самооцінка складається з відповідності поведінки власним поглядам й мінливим переконанням та результатів діяльності.

Література

1. Дерябин А. А. Я-концепция и теория когнитивного диссонанса: обзор зарубежной литературы / А. А. Дерябин // Сборник Новосибирского государственного университета. – Новосибирск, 2000. – С. 112-119

2. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 2004. – 713 с.

3. Эриксон Э.Г Детство и общество / Э.Г. Эриксон. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Пер. с англ. – СПб. : Ленато, АСТ, Фонд «Университетская книга», 1996.— 592 с.

Медяник Світлана
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Грандт В.В

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІТЕЙ-ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ ІЗ ЗОНИ АТО

Проблема дітей - переселенців і біженців гостро постала в нашій країні в останні два роки.

З тимчасово окупованої території і районів проведення АТО в інші регіони переселені 1 млн 19 тис. 143 людини. Майже третина з них – діти. Безумовно, вони є найменш захищеними у цій ситуації.

Дітям, котрі пережили психологічну травму, досить важко зрозуміти, що сталося з ними. Це пов'язано, насамперед, з їх віковими особливостями, їм бракує соціальної, фізіологічної та психологічної зрілості. Дитина не в змозі повністю усвідомити зміст того, що відбувається, вона просто запам’ятовує саму ситуацію та відчуває і переживає весь рівень тривоги, страху та дезорієнтації.

Часто діти позбавляються уваги своїх батьків, які бувають настільки поглинені турботою про виживання і власними проблемами, що не можуть приділяти маленьким дітям ту увагу, якої вони потребують, а інколи намагаються захистити їх від всіх переживань, щоб дитина нічого не бачила і не чула.

Вже відомо, що діти до підліткового віку дуже емоційно залежні від батьків, і чим менше дитина, тим більше вона залежна. Ситуація коли діти відчувають, що від них щось приховують, але при цьому не розуміють, що відбувається, може накласти психологічний відбиток – зі мною щось не так, я в чомусь винен. Тому у дітей можуть виникнути такі симптоми, як тривожність і страх. Тому, не пояснення дітям, що з ними відбувається може негативно вплинути на їх психологічний стан.

Це може бути почуття відповідальності і провини, програвання драматичного стану, почуття тривоги при спогаді про якісь події, агресивна поведінка, безпричинні спалахи гніву, дітей лякають різкі звуки та шуми. Також в цьому віці може бути страх смерті і страх розставання.

У більшості дітей виникають труднощі з адаптацією у шкільних колективах. Їх не завжди приймають. Також, часто виникають політичні міркування, ніби вони брали участь у виборах, (голосуючи за того чи іншого), бурхливо висловлювалися за своїх героїв, депутатів.

До основних проблем, які можуть спостерігатися у дітей-переселенців, належать:

1) порушення когнітивних процесів (погіршення пам'яті, труднощі концентрації уваги, розлади мислення);

2) невротичні реакції (стресове виснаження, порушення сну й апетиту;

3) функціональні розлади (регрес поведінки та психосоматичні розлади);

4) емоційні та поведінкові порушення (реакції протесту, підвищена плаксивість та капризність, часті зміни настрою);

5) проблеми пов'язані із спілкуванням (не сформованість адекватних соціально-комунікативних навичок, страх і недовіра або агресія і дратівливість стосовно оточення, можлива надмірна залежність від думок оточуючих);

6) порушення взаємовідносин у сім'ї, коли зміна соціальної ситуації та обов'язків у сім'ї часто змушує дітей і підлітків «включатися» в дорослі проблеми (до яких вони можуть бути не готові).

Серед переселенців та постраждалих від бойових дій, побутує такий стереотип, що не варто з дітьми говорити про тяжкі речі — про війну, про скрутні часи та втрату близьких.

Так як у більшості переселенців не задоволені багато базових потреб, діти залучені не тільки в дитяче життя, але і в доросле: де дістати гроші, як прогодувати родину. Безумовно дітям, які пережили стрес необхідна психологічна допомога, але треба починати з відносин між дітьми та батьками. .

Важливо розуміти що не всі діти сто відсотків будуть мати такі проблеми. Дуже багато залежить від особистості дитини, батьків, від того, які звучать посили до цієї дитини, які ресурси в сім'ї, як вони готові проживати це все, наскільки вони підтримують один одного

Батькам потрібно донести, що їм потрібно розповідати про свої почуття і переживання. Коли між батьками і дитиною відбувається діалог, взаєморозуміння, тоді дитина трохи заспокоюється

Література

1. Малкина-Пых И. Г. Психологическая помощь в кризисних ситуациях / И.Г.Малкина-Пых. – М.: Эксмо, 2008. – 928 с.

2. Психологічна допомога дітям, які пережили психічну травму внаслідок надзвичайної ситуації / Я. О. Овсяннікова // Право і Безпека. - 2012. - № 1.

Мітіна Алла
студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Губа Н.О.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТИЛЮ ДИТЯЧО-БАТЬКІВСЬКИХ ВІДНОСИН ТА МОТИВАЦІЇ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ ПІДЛІТКІВ

Актуальність: Сім'я – це перший соціальний інститут в якому формується особистість дитини. Цей процес засвоєння соціальних норм, цінностей, особливостей поведінки, формування звичок є дуже важливим етапом в процесі формування особистості. Одним з факторів, що формує особистість дитини виступає стиль дитячо-батьківських відносин. Виховуючи своїх дітей батьки застосовують певні стилі виховання, які на їх думку, є найефективнішими засобами формування всебічно розвинутої особистості своєї дитини. Але не завжди обраний батьками стиль відносин приносить гарні результати, оскільки можуть виникнути певні негативні наслідки виховання. Низький рівень мотивації досягнення успіху є одним з негативних наслідків неправильно обраного стилю дитячо-батьківських відносин.

Від рівня розвиненості мотивації досягнення успіху залежить подальший психологічний розвиток дитини у підлітковому віці. Діти, що мають високий рівень мотивації досягнення успіху, зазвичай, мають у дорослому житті в особистісному та професійному розвитку набагато більше, ніж ті діти, у котрих цей мотив має середній рівень розвитку або домінує протилежне йому прагнення – уникнення невдач.

Проблематика взаємозв'язку стилю дитячо-батьківських відносин та мотивації досягнення до успіху підлітків актуальна тому, що певні стилі дитячо-батьківських відносин по-різному впливають на формування мотивації досягнення до успіху підлітків.

Вивченням дитячо-батьківських відносин займалися різні дослідники. Серед них наступні: Е.Г.Ейдеміллер та В.В. Юстицкис вивчали особливості сімейних взаємовідносин, А. І. Заров – ідентифікацію дітей з батьками, Е.С. Шефер та Р.К. Белл – відношення батьків до різноманітних сторін сімейного життя (сімейної ролі, відношення до дитини: оптимальний емоційний контакт, зайва емоційна дистанція з дитиною, надмірна

концентрація на дитині), А.Я. Варга та В.В.Столін – особливості виховання, С.С.Степанов – стратегії сімейного виховання.

До дослідників, які вивчали мотивацію досягнення успіху відносяться: Х.Д. Шмальт, Т.Елерс, Дж. Аткінсон, Д. Маклеланд, Х.Хекхаузен та інші.

Мета дослідження полягає у визначенні взаємозв'язку стилю дитячо-батьківських відносин з мотивацією досягнення успіху у підлітковому віці.

Гіпотеза: переважна більшість підлітків, які мають авторитетний та ліберальний стиль дитячо-батьківських відносин будуть мати рівень мотивації до успіху вище середнього та високий; підлітки, що мають авторитарний та індиферентний стиль дитячо-батьківських відносин будуть мати середній та низький рівень, відповідно.

Результати дослідження. Проведене дослідження включало в себе виконання двох методик: «Стратегії сімейного виховання» (С.С. Степанов) та «Мотивація досягнення успіху» (Т.Елерс). У дослідженні приймали участь підлітки запорізької приватної школи. Вибірку склали 21 учень 7-10 класів.

За результатами проведеного дослідження маємо наступні дані.

Серед усіх опитаних батьків були виявлені прояви чотирьох стилів виховання (визначених у методиці «Стратегії сімейного виховання»). Найчастіше у вихованні своїх дітей батьки використовують ліберальний та авторитетний стиль. При авторитетному стилі виховання батьки визнають свою важливу роль у становленні особистості своєї дитини, але і визнають право на саморозвиток. Такі батьки заохочують особистісну відповідальність і самостійність своїх дітей відповідно до їх віку. За ліберальним стилем виховання батьки високо цінують своїх дітей, довіряють та не схильні до заборон та обмежень. Серед підлітків з авторитетний та ліберальним стилем битячо-батьківських відносин було виявлено 47,6% дітей с рівнем мотивації вище середнього та високим. Таким чином, перша гіпотеза дослідження була підтверджена: саме виховання дітей за авторитетним та ліберальним стилем, у майбутньому, формує високу схильність дитини мотивації досягнення успіху.

19 % з опитаних батьків гарно уявляють, якими повинні вирости їх діти, і тому, докладають до виховання максимальні зусилля. В своїх вимогах, за авторитарним стилем виховання, батьки категоричні і непоступливі. Можна припустити, що така поведінка батьків не дозволяє дитині бути відповідальною та самостійною, що як наслідок, виявляється у низькому рівні мотивації підлітків. Це припущення було підтверджено: з усіх підлітків, що виховуються за авторитетним стилем усі мають середній або низький рівень мотивації до успіху.

Індиферентний стиль виховання, що характеризується віддаленістю батьків від своєї дитини, відсутністю уваги, участі та підтримки у житті власної дитини також характерне для обраної вибірки та складає 5% з усіх опитаних. Рівень мотивації досягнення успіху у таких підлітків, за проведеним дослідженням, є низьким.

Таким чином, гіпотеза дослідження була підтверджена: підлітки, що виховуються за авторитарним та індиферентним стилем мають середній та низький рівень мотивації до успіху.

Висновок. Отже, результати проведеного дослідження свідчать про велике значення обраного стилю виховання для дитини. Оскільки певні стилі дитячо-батьківських відносин у майбутньому відіграють важливе значення в формуванні особистості дитини, тобто багатьох факторів, серед яких є мотивація досягнення успіху. Таким чином, авторитетний та ліберальний стиль виховання сприяють розвитку високого рівня мотивації до успіху та сприяють особистісному та професійному розвитку підлітка; відповідно, авторитарний та індиферентний стилі виховання, навпаки сприяють розвитку низького рівня мотивації до успіху.

Література

1. Степанов С. Стратегии семейного воспитания// Школьный психолог. 2000. №5. С. 8-12.
2. Хенхаузен, Х. Психология мотивации достижения/ Х. Хенхаузен. – СПб.: Речь, 2001.

Нюдьга Інна
студентка 3 курсу ф-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доц. Губа Н. О.

ОСОБЛИВОСТІ КОНФЛІКТНОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ

Актуальність даної роботи обумовлена тим, що в даний період часу конфліктні ситуації трапляються у кожної людини практично щодня. Стреси, відсутність взаєморозуміння і не бажання брати до уваги інші точки зору є фундаментом для виникнення конфліктів і його рушійною силою. Важливо знати і розрізняти дані стилі поведінки для кращого розпізнавання і можливості управлінням конфліктною ситуацією для подальшого її припинення. Аналіз спеціальної літератури дає підстави стверджувати, що на сьогоднішній день існує декілька підходів до визначення поняття "конфліктної поведінки ". Так, Н.І.Пов'якель трактує дане поняття, як «такий стиль поведінки людини (фізична, вербальна, непряма агресія, роздратування, маніпулювання), що детермінує виникнення конфліктів та який супроводжується активним застосуванням конфліктогенів у поведінці». У своїх працях Ю.П.Платонов дає дещо інше визначення: «конфліктна поведінкиа -протиборство двох або більше сторін, яке виражене в таких поведінкових реакціях, які оточуючі оцінюють як відкритий конфлікт».

Сучасні дослідники останнім часом приділяють значну увагу проблемі міжособистісних конфліктів. Можливо, даний факт пов'язаний з тим, що кількість конфліктів, які виникають між людьми невпинно зростає. Не останню роль у подоланні різноманітних конфліктів повинні відігравати фахівці-психологи. А для цього вони повинні самі володіти високим рівнем професійних знань про конфлікти, вміти їх аналізувати, адекватно поводитися у конфліктних ситуаціях у разі їх виникнення.

Метою дослідження є визначення стилів конфліктної поведінки серед студентів психологів.

Гіпотезою даного дослідження є те, що у студентів психологів переважають пасивні стилі поведінки у конфліктах – уникання та пристосування.

Питанням конфліктів, конфліктної поведінки, стилів конфліктної поведінки займалися і займаються в даний час багато представників соціології, психології, конфліктології, такі, як Н.В.Гришина, К. Килменн, Н3. А. Лобан, В. П. Пугачов, Дж. Р. Скотт та багато інших.

Американські дослідники Кеннет У. Томас та Ральф Х. Кілменн визначили, що у разі виникнення міжособистісного конфлікту кожен з його учасників має схильність вдаватися до того чи іншого стилю поведінки, так чи інакше реагувати на нього. На сьогодншній день більшість психологів поділяють погляди Томаса та Кілменна на виділення 5 основних стилів поведінки у конфліктних ситуаціях, хоча можуть і по різному їх називати. До таких стилів належать: конкуренція, співробітництво, компроміс, пристосування та ухиляння.

Стиль поведінки особистості у конфліктній ситуації визначається тим, наскільки вона хоче задовольнити власні інтереси (діючи пасивно чи активно), та інтереси іншої сторони (діючи спільно чи індивідуально). Якщо особистість пасивно реагує на конфліктну ситуацію, то вона намагатиметься вийти з конфлікту, а якщо реакція особистості на конфліктну ситуацію активна, то вона намагатиметься її вирішити. Якщо особистість надає перевагу спільним діям, вона намагатиметься вирішити конфлікт разом з іншою людиною чи групою людей, які беруть у ньому участь. Якщо ж людина більше схильна діяти індивідуально, то вона шукатиме власний шлях вирішення проблеми або шукатиме можливість ухилитися від неї.

Для того, щоб з'ясувати, який стиль поведінки у конфліктних ситуаціях схильні обирати студенти, що навчаються на спеціальності «Психологія» серед них ми провели опитування за допомогою тесту Томаса, спрямованого на визначення домінуючого стилю поведінки у конфліктних ситуаціях. Даний тест був адаптований Н.В. Гришиною. У ньому

міститься 30 пар тверджень, які характеризують поведінку людини у конфліктній ситуації. Опитувані повинні визначити, який спосіб для них видається більш прийнятним у порівнянні з іншим. Всього нами була опитано 35 студентків. За результатами опитування ми отримали такі дані: стиль конкуренції виявився переважаючим у 11,3% досліджуваних, стиль співробітництва – у 8,6% досліджуваних, до компромісу у разі виникнення конфліктів вдаються 8,6% опитуваних, намагаються уникнути конфлікту 34,3% досліджуваних, і стиль пристосування властивий 28,6% досліджуваним. Серед опитаних нами 8,6% особи схильні у разі виникнення конфліктів до застосування двох стилів поведінки.

Як свідчать отримані дані, у більшості студентів психологів, виявилося переважання пасивних стилів поведінки у конфліктах – уникання та пристосування, тобто гіпотеза підтвердилася.

Тому хотілось би сказати, що майбутньому психологові доцільно навчатися застосовувати будь-який стиль поведінки у конфліктах залежно від конкретної конфліктної ситуації. Але чи не найдоцільніше якомога частіше вдаватися до співробітництва.

Література

1. Гришина, Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – СПб.: Пітер, 2005. – 464 с.
2. Ложкін Г.В., Пов,якель Н.І. Психологія конфлікту: Теорія і сучасна практика. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 416с.
3. Скотт Д.Г. Конфликты, пути их преодоления. – К.: Внешторгиздат, 1991. – 191с.

Оніщенко Ксенія
студентка 6 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доцент Губа Н.О.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО ШКОЛИ

Розвиток соціально-психологічної готовність до шкільного навчання одна з найважливіших проблем педагогічної психології. Від її рішення залежить як побудова оптимальної програми виховання і навчання дошкільників, так і формування повноцінної навчальної діяльності в учнів початкових класів.

Соціальна, або особистісна, готовність до навчання у школі є готовність дитини до нових форм спілкування, нового ставлення до навколишнього світу і самого собе, обумовленим ситуацією шкільного навчання [2, с. 66].

Цей компонент готовності включає в себе формування в дітей якостей, завдяки яким вони могли б спілкуватися з іншими дітьми та дорослими. Дитина приходить у школу, клас, де діти зайняті загальною справою, і їй необхідно володіти досить гнучкими способами встановлення взаємовідносин з іншими дітьми, необхідні уміння ввійти в дитяче суспільство, діяти спільно з іншими, вміння поступатися та захищатися. Таким чином, даний компонент передбачає розвиток у дітей потреби в спілкуванні з іншими, вмінні підкорятися інтересам і звичаям дитячої групи, що дозволяє справлятися з роллю школяра в ситуації шкільного навчання.

Д. Б. Ельконін пише, що у дітей дошкільного віку, на відміну від раннього дитинства, складаються відносини нового типу, що і створює особливу, характерну для даного періоду соціальну ситуацію розвитку [1, с.136].

Соціальна готовність до школи передбачає належну сформованість у дитини вміння вибудовувати свої взаємини з педагогом та однолітками. Основними ознаками соціальної готовності дитини до школи на поведінковому рівні є те що вона може: спокійно, без проявів напруги, звернутися до дорослого із запитанням; попросити в товариша допомоги або запропонувати свою; узгодити власні інтереси з інтересами однолітків у грі чи іншому виді діяльності; самостійно обирати в іграх ролі; відстоювати себе і свої інтереси; брати участі у спільній діяльності.

Для того щоб зрозуміти механізми формування соціальної готовності до навчання у школі, необхідно розглянути старший дошкільний вік через призму кризи шесті-семи років. Критичний період даного віку пов'язаний з початком шкільного навчання. Старший дошкільний вік – це перехідний період у розвитку, коли дитина вже не дошкільник, а ще й не школяр. На даному етапі розвитку з'являються специфічні для даного віку особливості: нарочитість, безглуздість, штучність поведінки, блазнювання, та ін.

На думку Л. С. Виготського, такі особливості поведінки дітей дошкільного віку свідчать про «втрату дитячої безпосередності». Причиною таких змін є диференціація у свідомість дитини її внутрішнього і зовнішнього життя. Її поведінка стає усвідомленою, що прогявляється в усіх сферах її життя [3, с. 72].

Одним з найважливіших досягнень цього вікового періоду є усвідомлення свого соціального «Я», формування «внутрішньої соціальної позиції». Старший дошкільник вперше усвідомлює розбіжність між тим, яке положення він займає серед інших людей, і тим, які його реальні можливості і бажання. З'являється ясно виражене прагнення до того, щоб зайняти нове більш «доросле» становище в житті і виконувати нову, важливу не тільки для себе самого, але і для інших людей діяльність.

Поява такого прагнення є основою до психічного розвитку дитини і виникає на тому рівні, коли йому стає доступними усвідомлення себе не тільки як суб'єкта дії, але і як суб'єкта в системі людських стосунків. Якщо перехід до нового соціального стану і нової діяльності своєчасно не настає, то у дитини виникає почуття незадоволеності, яке і знаходить своє вираження у негативній симптоматиці кризи семи років [2].

Що стосується соціального статусу старших дошкільників, то необхідно зазначити, що вони займають не однакове становище у групі, як і на всіх наступних вікових етапах. Серед них е такі, які почувають себе вільно: вони активні, ініціативні, веселі, охоче допомагають іншим, діляться з ними тим, чим можуть, їх люблять ровесники, біля них згуртовуються. Немало є і байдужих, пасивних, агресивних, боязких дітей. Часто бувають у групах і діти, яких не люблять. Причиною цього можуть бути їх зовнішній вигляд (невмите обличчя, брудні руки і ніс, недбалий одяг), особливості поведінки і дій (недостатня кмітливість, повільність, плаксивість), риси характеру (відлюдькуватість, дратівливість) тощо.

У старшому дошкільному віці серед дітей виявляються лідери, які ведуть за собою групу, користуються найбільшою популярністю, любов'ю, уміють домовлятися з ровесниками, враховувати їхні бажання, залагоджувати непорозуміння, дружити, допомагати. Лідером може стати й агресивна, фізично сильніша за інших дитина, яка прагне командувати, розпоряджатися, а в разі чиєїсь непокори може вдатися до фізичних розправ. Лідерство в дошкільному віці зовсім не гарантує, що ця риса збережеться і в подальшому шкільному житті, а також не є прямою ознакою соціальної готовноті дитини до школи. Однак наявність у дитини ознак істинного лідера є передумовою, що ця якість розвиватиметься і в школі.

Отже, соціально-психологічна готовність до шкільного навчання охоплює різноманітні аспекти здібностей, умінь і навичок дитини. Вона є підставою для уявлень про рівень загального розвитку майбутнього школяра, психологічні якості, які зумовлюватимуть його успішність на початку навчання. Усі ці якості взаємопов'язані, між ними функціонує причинний зв'язок, у кожної дитини вони проявляються індивідуально.

Література

1. Ельконін Д.Б. Психологія розвитку / Ельконін Д.Б. – М. : Академія, 2001. – 144 с.
2. Кулагіна І.Ю. Вікова психологія / Кулагіна І.Ю. – М. : УРАО, 1997. – 176 с.
3. Ніжегородцева Н.В. Психолого-педагогічна готовність дитини до школи / Ніжегородцева Н.В., Шадриков В.Д. – М. : 2002. – 256 с.

Підкова Юлія
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

МОТИВАЦІЯ САМООСВІТИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ПСИХОЛОГІЯ»

Постановка проблеми. У сучасних умовах у вищих навчальних закладах постають все нові завдання, пов'язані із новими умовами соціалізації, у тому числі виховання компетентної особистості фахівця, із розвитком таких її якостей, як високий професіоналізм, активність, ініціативність, почуття відповідальності, вміння швидко орієнтуватися в ситуації, приймати самостійні рішення,формувати потребу в постійному оновленні знань і самовдосконаленні.

Проблемі самоосвіти присвячено ряд досліджень. Мотивація самоосвіти студентів неодноразово поставала предметом дослідження вчених (А. Авдюкова, Л. Білоусова, О. Зуєва, О. Кисельова, О. Уліцька, С. Фролова та ін.). Попри доволі широке вивчення теми мотивації студентів до навчальної діяльності, існують певні практичні проблеми у мотивуванні студентів до самоосвіти, що впливають на формування студентів як майбутніх фахівців. Зокрема, особливості мотивації самоосвіти студентів не були достатньо дослідженими у студентів спеціальності «Психологія».

Метою статті є висвітлення результатів теоретичного аналізу проблеми мотивації самоосвіти студентів спеціальності «Психологія»

Виклад основного матеріалу. Теоретичною основою розкриття сутності поняття «самоосвітня діяльність» стали наукові теорії самоосвіти вітчизняних і зарубіжних авторів. Витоки проблеми самостійного навчання знаходимо в філософії, яка в античні часи об'єднувала всі знання про природу, людину і суспільство. У філософських працях Сократа, Конфуція, Геракліта, Демокріта, Платона, Аристотеля стверджується думка про те, що розвиток людини здійснюється якісно лише в процесі самостійного вдосконалення особистості, в процесі самопізнання [1, 59-61].

Визначення самоосвіти в рамках соціологічного аналізу Е. Шуклина представила як « ... вид діяльності особистості, що характеризується вільним вибором і спрямованої на задоволення потреб в соціалізації, самореалізації, підвищення культурного, освітнього, професійного та наукового рівнів, отриманні задоволення і насолоди» [2, 53].

Важливою є точка зору А. Матюшкина. Вчений розглядає самоосвіту як продуктивний процес розвитку особистості, основу якої складають пізнавальні потреби. Вони викликають у людини необхідність постійного, цілеспрямованого самоосвіти,що не завершується після досягнення результату (мети самоосвіти), а продовжується кожного разу на новому витку продуктивної активності, формуючи нові мотиви, породжуючи нові проблеми і пошуки їх вирішення [4, 39].

Ефективність процесу самоосвіти проявляється в самостійній творчій діяльності студента в аудиторії під час виконання контрольних завдань. Необхідно порівнювати навчальні можливості студента з рівнем вимог, які передбачаються освітньо-професійної характеристикою фахівця певного профілю [5, 60].

А. Козлов наголошує, що стимулювання як метод управління впливає на успішну самостійну діяльність студентів у процесі комплексного вирішення таких завдань: формування мотивації до самостійної діяльності, створення сприятливих умов. В основі самостійної діяльності студента повинна бути мотивація, яка змушує особистість безперервно вдосконалювати знання.

Становлення мотивації є не простим зростанням позитивного або посилювання негативного ставлення до навчання, а ускладнення структури мотиваційної сфери, що стоїть за ним, вхідних в неї спонук, поява нових , більш зрілих, іноді суперечливих відносин між ними. При аналізі мотивації стоїть складне завдання визначення не тільки домінуючого мотиву, але і обліку всієї структури мотиваційної сфери людини [3, 35].

Низькі показники ставлення студентів до самостійної пізнавальної діяльності пояснюються відсутністю в них установки на серйозну самостійну роботу з оволодіння знаннями й збагачення інтелекту. Проблема пов'язана із системним підходом до формування мотиваційної бази на всіх рівнях освіти. При цьому суб'єктивна сторона готовності визначається розумінням відповідальності, властивостями особи, її мотиваційною сферою й досвідом.

Висновки. Результати теоретичного аналізу показали, що мотивація самоосвіти є важливою складовою пізнавальної навчальної діяльності студента, потужним резервом підвищення якості освіти. Без систематично організованої і цілеспрямованої самостійної роботи неможливо стати високопрофесійним фахівцем, а головне - неможливо самовдосконалюватися після закінчення внз, у процесі професійної діяльності. Перспективним надалі вбачається емпіричне дослідження з метою вивчення особливості мотивації самоосвіти студентів спеціальності «Психологія».

Література

1. Брагина Н.Д. Самосовершенствование человека как философская проблема: Автореф. дис. канд. филос. наук. – М., 1991. – С. 59-50.
2. Збровский Г.Е., Шуклина А.Е. Самообразование как социологическая проблема /Г.Е.Збровский, А.Е.Шуклина //Социологические исследования. – 1997. – №10. – С. 53-60.
3. Маркова А.К. Формирование мотивации учения в школьном возрасте: Пособие для учителя– М.: Просвещение, 1983. – С. 30-40.
4. Матюшкин А.М. Психологические основы готовности личности к самообразованию // В кн. Проблемы непрерывного образования в современных условиях соціального прогресса и НТР (материалы 1-й Всесоюзной конференции). – М., 1981. – С. 30-45.
5. Мороз В. Д. Самостоятельная учебная работа студентов: [монография] / В. Д. Мороз. — Х.: ХМК, 2003. – С. 60-63.

Плахоніна М.А.,
студентка 2 курсу фак-ту СПП
Наук. кер. : к.філос.н.., доцент Іванова Л.С.

СПІВВІДНОШЕННЯ МІЖ ФЕНОМЕНОМ АКАДЕМІЧНОЇ ОБДАРОВАНОСТІ ТА ПРОЦЕСОМ УЯВИ

Актуальність дослідження. В сучасний період розвитку суспільства дуже поширеними і важливими є поняття «обдарованість» і «розвинута уява», бо прогрес усіх сфер життєдіяльності залежить від активної праці людей, що мають певні здібності і творчий підхід до виконання спектру задач, пов'язаних з актуальними соціальними, науковими,економічними, культурними запитами. Постають проблеми щодо впровадження нових технологій, для вирішення чого потребується творче бачення, ерудиція, відповідальність, креативність. Тому виникає цікаве питання, чи є певне співвідношення між такими психічними явищами, як обдарованість і уява,зокрема між загальною обдарованістю і рівнем розвитку уяви, як невід'ємних чинників ефективного розвитку та праці людини.

Теоретико-методологічні обґрунтування проблеми. Проблемами визначення феномену «обдарованості», виявлення обдарованих дітей займались такі видатні вчені як Н.С. Лейтес, Б.М. Теплов, В.С. Юркевич, Б.С. Алякринский Л.А. Венгер, В. Панов, С. Гончаренко, Б.С. Алякринский, І. Акімов, Б. Чижевський, Л. Слободянюк, Т. Хромова, Мануела Да Сільва, Ф. Монкс, А. Тампенбаум, О. Музика, Ю. Гільбух, Л. Липова, Ю.Д. Бабаєва, А.І. Савенков, В. Шебеко, А.М. Матюшкін, Дж. Рензуллі, Г. Гарднер та інші. Один з напрямків розуміння проблеми обдарованості – розгляд обдарованості у рамках психології здібностей. Найбільш яскраве відображення це знайшло в роботах талановитого дослідника здібностей Теплова Б.М. Він зазначав: «При встановленні основних понять вчення про обдарованість найбільш зручно виходить з поняття здібність» [4, с. 123]. Важливим підходом до диференціації феномену обдарованості є підхід В. Щорса, який виділив наступні

її види: художня, творча,соціальна,інтелектуальна,рухова(психомоторна), духовна практична та академічна обдарованість, вивчення якої було взято за основу згідно предмету та гіпотезі дослідницької роботи [5, с. 249]:. Згідно одній з найпопулярніших сьогодні концепцій обдарованості Дж. Рензуллі, обдарованість є поєднанням трьох характеристик: інтелектуальних здібностей, креативності та наполегливості з урахуванням ерудиції і сприятливого навколишнього середовища [3, с.89]. Сферою такого психічного процесу, як уява, займались вчені: Є.Я. Басін, А.В. Брушлинський, А.Я. Дудецький, Я.А. Пономарьов, С.Л. Рубінштейн, П.М. Якобсон, О.М. Дьяченко, Р.С. Немов, А.В. Запорожець, Д.Б. Ельконін, , Г. Роршах, А.С. Меднік, М. Вертгеймер, К. Кофка, Р. Арнхейм, Т. Рібо. Згідно ідеї М. В. Гамезо та І. А. Домашенко: «Уява– психічний процес, який полягає у створенні нових образів (подань) шляхом переробки матеріалу сприймань і уявлень, отриманих у попередньому досвіді» [2, с.36]. Визначальною є думка Л. С. Виготського, який процес уяви бачить у нерозривному зв'язку з мисленням, допустим вислів про єдність цих двох процесів. І мислення, і уява виникають в проблемній ситуації, мотивуються потребами особистості,а основу обох процесів становить випереджаюче відображення [1, с.35].

Мета дослідження. вивчення теоретичного і практичного досвіду з проблематики обдарованості,зокрема академічної, процесу уяви, і виявлення певного співвідношення між цими явищами, як якостей успішної людини.

Методика і організація дослідження. Для проведення емпіричного дослідження були використані декілька методик. А саме: тест «Чорнильні плями Роршаха», тест на діагностування вербальної креативності С.Мідника. Дослідженням було охоплено процес уяви 20 студентів з високим рівнем навчання та високими досягненнями у науковій діяльності, як критеріями академічної обдарованості.

Результати дослідження. Академічно обдаровані студенти мають гарні здібності до розуміння і виконання завдань, пов'язаних з діагностикою процесу уяви. Вони показали високі результати продуктивності, гнучкості уяви і наявність креативного потенціалу, тобто, мають високий рівень розвитку процесу уяви.

Висновки. В результаті емпіричного дослідження, спрямованого на визначення співвідношення між наявністю академічної обдарованості та розвитком процесу уяви, було виявлено, що такий феномен як «академічна обдарованість», в силу своєї природи і властивостей, може бути пов'язаний не лише з процесом мислення, а й уявою, бо студенти з високим рівнем навчання показали у цілому високі і дуже високі результати у діагностиці різних якостей уяви. Тобто, можна встановити, що є певне співвідношення між академічною обдарованістю і високим рівнем розвитку уяви.

Література

1. Виготський Л. С. «Уява і творчість у дитячому віці». М .: Просвещение, 1991. – С. 35
2. Гамезо М. В., Домашенко И. А. «Атлас з психології» . М .: Педагогічне товариство Ро-сії, 2001/ – С. 36.
3. Рензуллі Дж. «Збагачуюче навчання». – 1980р. – С. 89.
4. Теплов Б.М. «Здібні й обдаровані діти». зб . в 2 -х томах. – М. 1995р. – С. 123.
5. Щорс В., Полударова А. «Універсальний довідник соціального педагога». / В. Щорс, А. Полударова. – К.: «Шкільний світ», 2014. – С. 249.

Пятник Оксана
студентка магістратури фак-ту СПП
Наук. кер.: к. психол. н, доц. Ткалич М.Г.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ТИПОМ ГЕНДЕРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ТА ФЕНОМЕНАМИ МІЖГРУПОВОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ

Сьогодні ми живемо в суспільстві, яке динамічно розвивається та видозмінюється. Сучасні суспільні трансформації зачіпають не тільки різні сфери соціальних відносин, але і суттєво впливають на психологію суб'єктів цих відносин. Трансформація традиційних ролей

чоловіків і жінок тягне за собою перебудову нормативних еталонів «справжній чоловік» і «справжня жінка», що спонукає до коректування індивідуально-психологічних характеристик. Основою для формування гендерних відносин при цьому є поляризація, диференціація позицій чоловіків і жінок як представників різних гендерних груп, які пов'язані з феноменами нерівності, домінування, влади, підпорядкування. На наш погляд, знання механізмів взаємного зв'язку гендерних груп та міжгрупової диференціації дозволить уникнути негативних наслідків взаємодії та налагодити співпрацю в будь-якій сфері життя чоловіків і жінок.

Проблеми гендеру, міжгрупової та гендерної взаємодії досліджували в своїх роботах В.С. Агєєв, Г.М., Андрєєва, С.Л. Бем, І.С. Кльоцина, А.В. Мудрик, Л.М. Надолинська, С.М. Оксамитна, М.Г. Ткалич та інші. Спираючись на дані цих досліджень ми можемо сформувати основні підходи щодо вивчення особливостей взаємозв'язку між типом гендерної взаємодії та феноменами міжгрупової диференціації.

Мета дослідження – провести теоретичний аналіз особливостей взаємозв'язку між типом гендерної взаємодії та феноменами міжгрупової диференціації.

Предмет дослідження: взаємозв'язок між типом гендерної взаємодії та феноменами міжгрупової диференціації.

Гіпотеза дослідження: існує взаємозв'язок між типом гендерної взаємодії та феноменами міжгрупової диференціації, а саме: представники моногендерних груп схильні до проявів інгрупової дискримінації та аутгрупового фаворитизму, а гетерогендерні – до інгрупового фаворитизму та аутгрупової дискримінації.

Завдання дослідження: 1. теоретично дослідити категорії «гендерні відносини», «гендерна взаємодія», «моногендерна» та «гетерогендерна» взаємодія, «міжгрупова диференціація», «феномени міжгрупової диференціації»; 2. дослідити основні критерії формування типу гендерної взаємодії та його зв'язку з проявами феноменів міжгрупової диференціації ; 3. розробити рекомендації щодо оптимізації процесу гендерної взаємодії та запобігання негативним наслідкам феноменів міжгрупової диференціації.

Феномен міжгрупової диференціації досліджували такі науковці як В.С. Агеєв, О.А. Гулєвіч, І.Р. Сушков та інші. Вони визначали міжгрупову диференціацію як феномен міжгрупового спілкування, що припускає різну оцінку членів своєї й іншої групи, різні емоції, які вони викликають, а також різну поведінку по відношенню до них. Цей ефект виникає в міжгруповий ситуації, в якій беруть участь люди, які усвідомлюють свою приналежність до певної соціальної спільності, зокрема при ідентифікації себе з певною гендерною групою.

О.А Гулєвіч виокремлює такі види міжгрупової диференціації: інгруповий фаворитизм (перевага інгрупи) / аутгрупова дискримінація (нехтування аутгрупою) і як аутгруповий фаворитизм / і інгрупова дискримінація. Перший варіант зустрічається частіше, ніж другий. При цьому інгруповий фаворитизм і аутгрупова дискримінація проявляються як на когнітивному, так і на афективному та поведінковому рівнях.

Міжгрупова диференціація супроводжує людину в будь-якій діяльності та зумовлює її включеність в соціум на рівні тієї групи, до якої вона себе відносить. Більше того, співвідношення з тією чи іншою групою зумовлює характер взаємодії, яка є важливою, зокрема, при гендерній взаємодії – як зі своєю, так і зі співставною їй групою. А оскільки гендерні групи є одними з найбільших соціально-психологічних спільностей, дослідження специфіки їх міжгрупової диференціації набуває важливого значення.

Виходячи з цього, можна виділити наступні соціально-психологічні детермінанти формування типів гендерної взаємодії: в суспільних відносинах це соціальні уявлення; на рівні міжгрупової взаємодії в ролі детермінант відносин виступають соціальні стереотипи; міжособистісні відносини детерміновані соціальними установками; відношення особистості до самої себе – характеристиками соціальної ідентичності.

Але дослідження показують, що зазвичай вчені акцентують увагу саме на міжгрупових відмінностях гендерних груп, що означає ігнорування відмінностей всередині

кожної групи – відмінностей, які нерідко виявляються більшими за відмінності між групами. Окрім цього, гендерна взаємодія буває не лише «гетерогендерною», а й «моногендерною» (М.Г. Ткалич).

З огляду на багаторівневість та складність впливу феноменів міжгрупової диференціації на гендерну взаємодію нами були розроблені рекомендації щодо оптимізації цього процесу. Вони ґрунтуються на трьох основних моделях:

1. Модель декатегоризації – мета спілкування членів різних груп спрямована нате, щоб зробити межі між групами більш рухливими: наприклад, розділити моногендерні групи на змішані за складом учасників підгрупи і познайомити учасників контакту з індивідуальними особливостями один одного.

2. Модель рекатегоризації – основою позитивного міжгрупового контакту є не повне заперечення його учасниками свого групового членства, а прийняття членами інгрупи загальної соціальної ідентичності з членами аутгрупи.

3. Модель категоризації – основною метою міжгрупового спілкування є підкреслення не індивідуальність або подібність його учасників, а їх відмінність, заснована на приналежності до різних соціальних груп.

Рempель Жанна
аспірант кафедри практичної психології ЗНУ
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Ткалич М.Г.

ПСИХОЛОГО-УПРАВЛІНСКІ ДЕТЕРМІНАНТИ КОМАНДОУТВОРЕННЯ В НЕДЕРЖАВНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Керівники сучасних організацій, зокрема недержавних (далі – НДО), визнають, що головним ресурсом у конкурентоспроможності в умовах сьогодення стає управління організацією через командоутворення. Більшість фахівців (Т. Ю. Базаров, Є. Ю. Бєзрукова, Р.М. Белбін, К. Вопел, Ю. М. Жуков, Л. М. Карамушка, Ю.В. Сінягін та ін.) розглядають команду як управлінський інструмент, який є найбільш виправданим і ефективним інструментом для розробки та реалізації стратегічних програм, спрямованих на перехід організації до якісно нового рівня функціонування. Однак при всьому різноманітті досліджень спостерігається досить слабкий аналіз способів впливу керівника з метою розвитку організаційної команди, тобто командоутворення.

У своєму дослідженні ми виходимо з положення, що командоутворення та розвиток команди є паралельними процесами в організації, тобто процес командоутворення підпорядковується процесу розвитку команди, який є природнім. Ми розглядаємо командоутворення як активний процес, що дозволяє впливати на процес розвитку команди і виступає в якості його технологічного інструменту [1]. Таким чином, в НДО командоутворення може бути спрямоване як на створення нових команд, так і на розвиток існуючих колективів. В процесі командоутворення керівник НДО, спираючись на допомогу консультанта з управління, має достатні можливості для впливу на цей процес, але ж за певних умов. Саме визначення та розгляд цих умов - психолого-управлінських детермінант командоутворення в НДО - є метою нашого дослідження.

У процесі командоутворення під керівником стоїть завдання врахування перш за все тих факторів, які впливають на даний процес, а також безпосередньо на команду. На процес командоутворення впливають фактори як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, які визначають в свою чергу зовнішній та внутрішній контекст процесу командоутворення в НДО. До зовнішнього контексту ми віднесемо наступні характеристики: організаційну культуру організації, особистісний потенціал керівника та його компетентність в командо утворенні та керівництві командною роботою, частоту та силу стресових впливів. Внутрішньо командний контекст ми охарактеризуємо через опис наступних індикаторів: тип сумісної діяльності та завдання; особливості персоналу; прийняті та розподілені всіма учасниками норми команди; здатність розподілу влади; згуртованість та зв’язаність членів команди; характерні способи організації та протікання командної взаємодії; організацію

рольового розподілу. Серед вище перелічених факторів виокремимо психолого-управлінські, ті що впливають на процес командоутворення в НДО та пов'язані як з особистістю керівника, так і з його управлінською діяльністю:

№	Детермінанта	Зміст детермінанти
1.	Особистісний потенціал керівника	– здібності та риси особистості, – психологічна готовність керівника до процесу командоутворення; – лідерство.
2.	Управлінська компетентність керівника в командо утворенні та управлінні командною роботою	*Поведінкові аспекти:* – стратегія підбору членів команди; – обраний спосіб формування команди; – використання технік впливу на команду, адекватних рівню її розвитку; – орієнтація керівника на завдання чи на відносини. *Когнітивні аспекти:* – здатність розуміти інших та оцінювати їх потенціал; – усвідомлювати власні індивідуальні та особистісні характеристики для використання них в управлінні; – розуміння групових процесів в команді та відповідності обраних керівником ролей та завдань актуальному етапу розвитку команди. *Емоційні аспекти:* – опора на індивідуальні та колективні цінності у будуванні загального спільного бачення діяльності команди та її групової згуртованості, як таку, що визначає її психологічну цілісність; – чуйність до змін у внутрішньо групових процесах; – мотивування членів команди через безпосередню неформальну комунікацію.
3.	Організаційна культура як результат управлінської діяльності керівника	– цінності і вірування, що розділяються членами організації; – стиль поведінки, характерний для членів організації; –психологічний клімат як показник задоволеності співробітниками один одним та працею.

Подальше дослідження психолого-управлінських детермінант дозволить виявити особливості їх зв'язку з рівнем розвитку команди в недержавній організації.

Література

1. Kinlaw D. Developing superior work teams: Building quality and the competitive edge / D. Kinlaw – Toronto : Lexington Books, 1991.

Самохвалова Т.С
студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер..: к.психол.н., доц. Губа Н.О.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖОСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Актуальність дослідження. Міжособистісні відносини людей - це суб'єктивні зв'язки, що виникають в результаті їх фактичної взаємодії і супроводжувані вже різними емоційними і іншими переживаннями (симпатіями і антипатіями) індивідів, в них беруть участь.

Проблема міжособистісних відносин дітей дошкільного віку є актуальною, адже ранні форми спілкування багато в чому визначають подальший їх розвиток і впливають на особистість людини, на його ставлення до оточуючих людей, до себе. У дошкільному віці світ дитини вже не обмежується родиною. Значущі для нього люди тепер - це не тільки мама, тато чи бабуся, а й однолітки. Виховання дитини в колективі однолітків - найважливіша умова розвитку його особистості та розкриття його внутрішніх багатств. Важливо те як дитина навчиться взаємодіяти з однолітками в ранньому віці.

Психологічні дослідження груп дитячого садку розпочали у 30-ті роки Е.О. Аркін, О.С.Заслужний.

Починає з 50-х років у вітчизняній психології з'явилося багато досліджень по проблемі міжособистісних відносин. (Я. Л. Коломинський, Л.В. Артемова). Великий вплив по цій проблематиці мали дослідження Т.О. Репіної, Т.В. Антонової, Л.А Рояк.

Вибір саме цієї проблеми, не зважаючи на велику кількість психологічних досліджень інших психологів, зумовлений бажанням розкрити зміст міжособистісних відносин групи дітей дошкільного віку та допомоги вихователям щодо оптимізації цих відносин.

Об'єктом дослідження є міжособистісні відносини як психологічний феномен. Предметом дослідження характер міжособистісних відносин дітей дошкільного віку.

Мета дослідження - визначити характер міжособистісних відносин дітей дошкільного віку.

Гіпотеза дослідження: міжособистісні відносини дітей старшого дошкільного віку характеризуються стійкою вибірковістю щодо однолітків, високою емоційністю, швидкою зміною настрою.

Методика та організація дослідження: метод спостереження, методика "Два будиночки", методика "Капітан корабля". Експериментальне дослідження було проведено в комунальному дошкільному навчальному закладі "Ромашка". У дослідженні брали участь 30 дітей, віком 5 років.

Результати дослідження

Після проведення методики "Два будиночки" спершу, для визначення статусу дитини у групі, ми обчислили середню суму позитивних виборів і на основі цього кожен з групи отримав певний тип соціометричного статусу. "ізольованих"- 10 осіб (33,3%) , тих дітей, які не отримали ні позитивних, ні негативних виборів, тобто залишаються непоміченими своїми однолітками. "зірок"- 5 осіб (17%) дітей, які отримали в 2 рази більше позитивних виборів від середньої суми позитивних виборів, "бажаних"- 8 осіб (27%) дітей, які отримали середнє і вище середнього значення позитивного вибору, та "знехтуваних"- 7 осіб (23,3%) дітей, які отримали менше середнього значення позитивного вибору. Отже, у групі присутні діти різних соціометричних статусів.

Далі ми обчислили взаємність виборів і в результаті виділили коефіцієнт згуртованості групи, який складає 0,06% - такі дані говорять про середній показник.

Результати спостереження за групою дошкільнят для виявлення рівня розвитку комунікативних здібностей: найбільше всього дітей з середнім рівнем розвитку комунікативних здібностей - 30% та високим – 27%. А також під час спостереження часто проявлялися:

емпатійність: діти проявляли емоційний відгук на почуття і переживання партнера по спілкуванню; схильність слухати партнера, відкритість до спілкування, висловлювання бажання спілкуватися як з дорослими, так і з однолітками, ініціативність у спілкуванні, вільне володіння вербальними засобами спілкування , експресивна виразність (багата міміка, жести, пози).

Висновки. Наша гіпотеза підтверджена, міжособистісні відносини дітей старшого дошкільного віку характеризуються стійкою вибірковістю щодо однолітків, наявністю симпатій та антипатій, високою емоційністю, швидкою зміною настрою.

Дана тема залишається актуальною, а тому потребує подальшого всебічного та глибокого дослідження.

Література

1. Смірнова Е.О., Холмогорова В.М. Міжособистісні відносини дошкільнят: діагностика, проблеми, коррекція./ Смірнова Е.О., Холмогорова В.М. — М .: Владос, 2003.
2. Кулагіна І.Ю., Колюцкий В.Н .. Вікова психологія: Повний життєвий цикл розвитку людини/ Кулагіна І.Ю., Колюцкий В.Н. —2001.
3. Спілкування і мова: Розвиток мовлення у дітей у спілкуванні з дорослими Під ред. М. І. Лісіна М :. 1985.
4. Смирнова Е. О., Залысина И. А. Некоторые особенности психического развития дошкольников, воспитывающихся вне семьи / Смирнова Е. О., Залысина И. А. // Вопр. психол. —1985.- №4 — С. 31-37.
5. «Практикум з вікової та педагогічної психології». Автор-упорядник Е.Е.Данілова, під редакцією И.В.Дубровиной — М :. «Академія», 2000.

Самсонова Вікторія
студентка 1 курсу фак.-ту СПП

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІГОР В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ДОШКІЛЬНИКІВ

Актуальність роботи зумовлена тим, що з переосмисленням пріоритетів, цілей і завдань навчання та виховання дітей дошкільного віку актуальною стає проблема становлення дитячої особистості, виявлення та розвиток її здібностей, набуття досвіду пізнання. Про це свідчать основні державні документи в галузі освіти: Закон України «Про дошкільну освіту», Державна національна програма «Освіта» (Україна XXI століття), “Базовий компонент дошкільної освіти в Україні”, - які спрямовують фахівців з вікової та педагогічної психології на пошук оптимальних шляхів особистісного розвитку дошкільників, розкриття механізмів формування їхньої життєвої компетентності як здатності в міру своїх вікових можливостей самостійно виробляти позитивне ставлення до світу, людського оточення і самих себе.

Гра посідає чільне місце в системі фізичного, морального, трудового та естетичного виховання дошкільнят. Вона активізує дитину, сприяє підвищенню її життєвого тонусу, задовольняє особисті інтереси та соціальні потреби.

Дошкільний вік - етап психічного розвитку від 3 до 6-7 років. Він характеризується тим, що провідною діяльністю є гра. Має надзвичайно важливе значення для формування особистості дитини.

Мета роботи – теоретично обгрунтувати та експерементально випробувати систему навчання дітей дошкільного віку в грі.

Об’єкт дослідження – процес використання гри у навчанні дошкільників.

Предмет дослідження – гра, як засіб організації навчання дошкільників.

Висновки. Отже,проведене дослідження свідчить, що за допомогою правильним чином організованих дидактичних ігор, і зокрема інтелектуальних ігор, можна значно підвищити ефективність процесів формування інтелектуальних умінь молодших школярів, в цілому зробити більш приємним процеси навчання і виховання дитини.

Завдяки іграм вдається сконцентрувати увагу і залучити інтерес навіть у самих незібраних дітей дошкільного віку. На початку їх захоплюють тільки ігрові дії, а потім і те, чому вчить та або інша гра. Поступово в дітей пробуджується інтерес і до самого предмета навчання.

Таким чином, заняття, які проводяться в ігровій формі, навчають дитину виконувати різні дії, розвивають пам'ять, мислення, творчі здібності

Скорбич Юлія
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. психол. н, доцент Іщук О.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ КОГНІТИВНИХ ТА ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ ПРИ ПЕРЕГЛЯДІ ЕКСТРЕМАЛЬНИХ СЮЖЕТІВ У ПОСТРАЖДАЛОЇ КАТЕГОРІЇ НАСЕЛЕННЯ

Актуальність дослідження. У зв’язку з подіями на сході України за останні два роки, стало актуальним вивчення когнітивних та емоційних станів постраждалої категорії населення, а саме вимушені переселенці та учасники бойових дій. Аналізуючи літературу щодо екстремальних ситуацій та когнітивно-емоційні реакцій дослідники вивчали багато протягом довгих років. Тензіонні стани (стани напруги) вивчали Л.П. Гримак, В.І. Лебедєв, Т.А. Нємчин, а емоційні стани, що виникають в екстремальних ситуаціях, досліджував А Кемпінські, А.О. Прохоров та ін. Серед українських психологів, такі вчені як М.І. Дьяченко, Л.А. Кандибовіч, В.А. Пономаренко та ін. вказують на важливість суб'єктивного сприйняття екстремальної (в їх тезаурусі складної) ситуації.

Мета даної роботи: теоретично дослідити когнітивно-емоційні реакції психіки людини при перегляді екстремальних сюжетів у постраждалої категорії населення.

Результати теоретичного аналізу проблеми. На основі наукових досліджень (когнітивні стани вивчали: Л.П. Гримак, В.І. Лебедєв, Т.А. Нємчин, а емоційні стани, що виникають в екстремальних ситуаціях, досліджували А Кемпінські, А.О. Прохоров та ін., серед українських дослідників, такі вчені як М.І. Дьяченко, Л.А. Кандибовіч, В.А. Пономаренко та ін.). До *постраждалої категорії населення* відносять людей, які отримали як фізичні так і психологічні травми як наслідок екстремальних ситуацій, які загрожували їхньому життю та здоров’ю. А *екстремальна ситуація* – це поняття, з якого дається інтегративна характеристика радикально або раптово змінення обстановки, пов'язаної з цим особливо несприятливих або загрозливих чинників для життєдіяльності людини, а також високою проблемністю, напруженістю і ризиком в реалізації доцільної діяльності в даних умовах.

Тобто, мається на увазі, що це чинники, що породжують психічну напруженість, здійснюють дезорганізований вплив на фізичне та психічне здоров’я людини та викликають ряд реакцій на екстремальну ситуацію. Слід зазначити, що до основних психічних реакцій людей, що потрапили в екстремальну ситуацію відносять:

- Когнітивна: зміна сприйняття, усвідомлення інформації, що надходить в екстремальній ситуації до людини; зміна його уявлення про зовнішньому і внутрішньому просторі, напрямки мислення і т.д.
- Емоційно-психологічна: проявляється у згуртуванні, збільшенні взаємодопомоги між постраждалими, так і в самоізоляції, схильності до конфронтації з оточуючими і т.д.
- Вегетативна: виникнення тотальних або локальних фізіологічних стресових реакцій.

Когнітивний компонент нерозривно пов’язаний з емоційним. Одне з перших проявів впливу емоцій, що виникають в екстремальній ситуації, на мислення – це виникнення екстатичного або дискомфортного забарвлення розумових образів, уявлень, намірів тощо, та може бути гіперактивізація мислення: нав'язливі думки, образи, безплідне фантазування, недовірливість. Дослідники пов'язують з нею гіпернасторожливість, яка виявляється у вигляді безсоння, тобто захисного неспання, боязкості і т.п. Їх супроводжують гіперемоційність, гіперактивність. Слід зазначити, що оперативне мислення і оперативна пам'ять при перегляді екстремальних сюжетів втрачають стійкість і рухливість і можуть набувати ригідний характер, що практично веде до порушення виконуваної діяльності.

Що стосується емоційних реакцій, у людей, які знаходяться в стресовій ситуації можуть виникати негативні емоційні стани. Процес формування негативних емоційних станів можна представити у вигляді компонентної складової загального адаптаційного синдрому (стресу за Г. Сельє). Екстремальний вплив середовища навіть штучно створеного, викликає виснаження (перенапруження) функціональних резервів та емоцій. Емоційний фон в цей час знижений (виснажений) і складається в основному з негативних емоцій. Виникає емоційно-вольова антигуманна спрямованість (черствість, цинізм), можливий розвиток психогенно обумовлених розладів. Сприйняття ситуації при перегляді екстремальних сюжетів характеризується у людини зазвичай почуттям дискомфорту, сильної напруги, переростає потім у перенапруження і напруженість. На відміну від емоційного напруження, що є адекватною реакцією і що сприяє виконанню поставлених завдань, емоційна напруженість характеризується комплексом негативних емоційно-сенсорних, емоційно-моторних і емоційно-когнітивних проявів, що погіршують професійну діяльність

Висновки: Згідно досліджень психологів доведено, що дії стресорів впливають на когнітивно-емоційні процеси. При цьому когнітивні процеси можуть як погіршуватися або поліпшуватися, так і залишатися незмінними. А емоційний стан в екстремальних ситуаціях може формувати негативні емоційні стани, процес розвитку яких можна представити у вигляді емоційної складової загального адаптаційного синдрому.

Сошина Юлія
аспірант фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

ЗМІСТОВА СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНО-СМИСЛОВИХ НАСТАНОВЛЕНЬ ПІДЛІТКІВ

Створення умов для цілісного, гармонійного розвитку особистості в освітньому процесі є одним із пріоритетних напрямів діяльності навчального закладу. Впровадження психолого-педагогічної програми формування ціннісно-смислових настановлень в практику навчально-виховного процесу є необхідністю, оскільки в умовах кардинальних змін всіх значимих сфер суспільного життя, ціннісно-смислова сфера підлітків зазнає значних трансформацій.

Метою публікації є представлення широкому загалу змістової структури програми формування ціннісно-смислових настановлень підлітків.

Основною метою програми формування є здійснення систематичного та цілеспрямованого впливу на формування ціннісно-смислових настановлень за рахунок створення й реалізації спеціальних психологічних умов [1].

Розроблена програма розрахована на 2 навчальних семестри (30 тижнів). Включає 30 занять (12 тем) один раз на тиждень тривалістю по 2 академічні години кожне (загальний обсяг − 60 годин), домашні завдання. Містить 2 модулі.

Представляємо загальний зміст програми формування ціннісно-смислових настановлень.

Модуль І.

Мета модуля – розширення уявлень підлітків про поняття «цінності», «смисл»; сприяння формуванню ціннісно-смислових настановлень підлітків; розвиток усвідомлення власної системи цінностей.

Тема 1. Поняття «цінність» і «смисл». Види цінностей та їх значення у житті людини.

Вступне слово. Повідомлення мети заняття. Виконання вправи «Оцінка іншого». Вправа «Метафора». Вправа «Девіз». Рольова гра «Безлюдний острів» (Д.Кіппер). Шерінг.

Тема 2. Концепції ціннісного вибору та смислу життя людини.

Розігрів. Рольова гра «Мобільні телефони пліткують» (В. Семенов). Міні-лекція «Наукові концепції цінностей». Перегляд короткометражних відеофільмів: «Смисл життя» (В.Франкл), «Як зрозуміти смисл життя» (С. Ковальов). Психодраматична техніка «Самопізнання» (Д. Кіппер). Шерінг.

Тема 3. Цінності, якими я керуюся. Смисл мого життя.

Розминка. Вправа «Тарабарська мова». Психодраматична техніка «Чарівна крамниця». Вправа «Цінності». Вправа «Дуель мудреців». Лекція-дискусія «У чому сенс життя?». Вправа «Смисл життя» (К.Фопель). Вправа «Телеграма». Шерінг.

Тема 4. Цінності, якими я буду керуватися

Розігрів. Рольова гра «Королівство». Вправа «Сон про майбутнє». Притча «Де шукати Щастя?» (за книгою П. Коельо «Алхімік»). Вправа «Карта майбутнього». Лист самому собі. Вправа «Компліменти». Шерінг.

Модуль ІІ.

Мета модуля: опанувати навички практичного самопізнання, сформувати та розвинути настанови на самопізнання та самоусвідомлення, формування позитивної «Я-концепції».

Тема 5. Хто Я?

Привітання. Вправа «Інтенсивна фізична взаємодія». Вправа «Китайська рулетка». Вправа «Хто Я?». Вправа «Намалюй свій настрій». Шерінг.

Тема 6. Який Я насправді?

Привітання. Вправа «Моя індивідуальність». Вправа «Люблю - не люблю». Вправа «Перетворення». Ауторелаксація «Ліс». Вправа «Груповий звук». Шерінг.

Тема 7. Чи впевнена Я особистість?

Привітання. Вправа «Ловля молі». Вправа «Гості: День народження!». Вправа «Ланцюжок добрих і поганих наслідків». Вправа «Напарники». Ауторелаксація «Коло впевненості». Шерінг.

Тема 8. Я відчуваю впевненість у собі

Привітання. Вправа «Гра голосом». Вправа «Могутність». Вправа «Сила слова». Вправа «Місто впевненості». Вправа «Я – господар». Шерінг.

Тема 9. Спілкування та взаємодія

Привітання. Вступний шерінг. Вправа «Ти уявляєш...». Мозковий штурм: «Для того, щоб люди краще розуміли один одного потрібно...». Вправа «Дзеркало». Вправа «Дискусія». Вправа «Загальний малюнок». Шерінг.

Тема 10. Я – успішний співрозмовник.

Привітання. Вправа «Валіза». Вправа «Падіння з довірою». Ауторелаксація «Я – це я». Вправа «Побажання». Домашнє завдання: намалюйте малюнок «Я хочу вам подарувати». Шерінг.

Тема 11. Я - володар свого світу

Привітання. Вправа «Скульптура». Вправа «Фотографія на пам'ять». Роздавання малюнків «Я хочу вам подарувати». Вправа «Одне слово». Шерінг.

Тема 12. Заключне «З чим я завершую групу».

Розігрів. Вправа «Що я отримав?». Вправа «Валіза». Прощання учасників «Червона доріжка».

Впровадження розробленої програми у практику навчально-виховного процесу допоможе підростаючому поколінню поглиблювати знання про поняття «цінності» та «смисли»; усвідомити прийняту систему цінностей в їх індивідуальному осмисленні; сприятиме самовизначенню у просторі загальнолюдських та індивідуальних цінностей; розвиватиме прагнення до повноцінної особистісної самореалізації.

Література

1. Шевченко Н.Ф. Формування ціннісно-смислових настановлень: практичний вимір/Науково практичний посібник/ Н.Ф. Шевченко, Ю.М. Сошина. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2015. – 102 с.

Стадніченко Н. О.
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н. Ф.

СОЦОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ ГЕРОНТОЛОГІЧНОГО ЕЙДЖИЗМУ

Актуальність. Геронтологічний ейджизм є широко представленою та мало усвідомлюваною частиною сучасного суспільства, що значно ускладнює його адекватне вивчення. З одного боку, суспільству притаманне розуміння неприйнятності дискримінаційних дій стосовно будь-якої, у тому числі літньої людини, з іншого боку геронтологічне насильство, зневажливе ставлення до літніх людей у багатьох випадках залишаються непоміченими та не зустрічають опору. Причину цьому дослідники вбачають у високому рівні інституціоналізації ейджизму, який відображається, у тому числі, у низькому рівні інтересу до проблеми стигматизації старості за її поширеності та значущості її впливу на літніх людей. Іншою причиною є інтерналізація негативних стереотипів та дискримінаційних дій, через що, вони розглядаються як «нормальні» у тому числі самою літньою людиною. Намагання дистанціюватися від групи старих людей також ускладнює усвідомлення і вивчення проблеми, оскільки старі люди зазвичай вважають, що ще не досягли літнього віку і «група старих людей» виявляється «відсутньою». З одного боку, це дозволяє уникнути частини неприємних переживань, пов'язаних зі стигматизацією, з іншої — позбавляє літню людину можливості реально змінити обставини свого життя. Окрім того, через існуючі уявлення про стару людину як про «тягар для держави і суспільства», літні люди почувають себе безпорадними та незначущими, отож негативно оцінюють свої можливості реально вплинути на своє становище і відмовляються від активної позиції (П. Пучков, С. Афанасьєв). Таким чином, наявні умови створюють реальні підстави для побоювання старіння та старості, ще більше поглиблюючи проблему. Через усі зазначені обставини, вивчення проблеми геронтологічного ейджизму видається нагальним питанням, оскільки 1) справляє суттєвий плив на об'єкт дискримінації; 2) кожна людина може бути включена до цієї дискримінаційної практики як її суб'єкт та (згодом) об'єкт; 3) як одна з найменш захищених соціальних груп, літні люди можуть мати суттєві складнощі із пристосуванням до життя в умовах нестабільності соціо-економічного становища.

Мета дослідження полягає у виокремленні основних чинників виникнення геронтологічного ейджизму, при опорі на дані теоретичних та емпіричних досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців.

Вивченням проблеми стигматизації займалися такі дослідники як І. Гофман, Дж. Мід, Дж. Хоманс, П. Бергер, Т. Лукман, R. Haghighat, Г. Бекер, Е. Еріксон, А. Фізен, О. Березіна, О. Лозова, С. Бронін, О. Алєксандров, О. Власова, І. Гурович, М. Кабанов, А. Коцюбинський, Г. Кравченкова, Т. Липой, В. Моргун, Л. Тушинцева та інші. У соціальному контексті, стигматизація означає тип відношення між ганебною соціальною якістю (негативним стереотипом; стигма) та очікуваним ставленням до нього, яке задає неспроможність до повноцінного суспільного життя через позбавлення права на суспільне визнання (І. Гофман). Стигма може розглядатися як різновид стереотипу, але останній може носити як позитивний так і негативний характер, у той час як стигматизація завжди негативна і призводить до часткового виключення людини із суспільного життя. Соціальна ексклюзія передбачає обмеження доступу нижчих прошарків населення до інститутів суспільної інтеграції, коли більшість свідомо або несвідомо відсторонює декотрі групи від участі в значущих видах діяльності.

Серед причин геронтологічного ейджизму виокремлюють такі: 1) геронтофобія – страх власного старіння та смерті; намагаючись впоратися зі своїми побоюваннями, людина психологічно дистанціє себе від літніх людей, перебільшуючи наявні відмінності; 2) негативний досвід спілкування зі старими людьми; 3) наявність культу молодості, який включає в себе сприйняття минулого як старого та непотрібного, відповідно відображаючись

на ставленні до літніх людей; 4) неспроможність літньої людини відповідати вимогам сучасного суспільства: висока продуктивність, мобільність, спроможність адаптуватися до швидких суспільних змін; 5) наявні у суспільстві уявлення, що полегшують або сприяють ейджизмові (наприклад, уявлення про старість як «доживання», терпимість до геронтологічного насильства тощо) та інше.

Висновки. Виокремлено соціокультурні чинники виникнення геронтологічного ейджизму, який є дискримінаційною практикою, що має високий ступінь інституціоналізації та здебільшого неусвідомлюється українським суспільством. Зважаючи на актуальність та невивченість питання є доцільними подальші теоретичні та емпіричні дослідження у цьому напрямку.

Література

1. Геронтологический эйджизм: причины возникновения и проблемы преодоления/Л.В. Колпина; Т.В. Городова//Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2 (часть 17) – С. 3871-3874;
2. Социальные стереотипы в отношении пожилых: противоречия и тенденции/И.С. Романович//Среднерусский вестник общественных наук №1, 2013 — с.63 — 68;
3. Актуальність проблеми стигматизації в сучасних суспільних процесах/М. Смирнова / Психолінгвістика. - 2014. - Вип. 16. - С. 332-342.;

Тарадюк Ольга
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. псих. н., доц. Іщук О. В.

ІНДИВІДУАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕГОЦЕНТРИЧНИХ ОСОБИСТОСТЕЙ

Сучасна соціально-економічна та суспільно-політична ситуація в державі є надзвичайно складною і непередбачуваною, тому вимагає від людини не тільки наявності високих адаптаційних можливостей та активності, але й усвідомлення необхідності постійно розвиватися, формувати певні навички та властивості, а також удосконалювати суспільні відносини. Успішній реалізації останнього найчастіше заважають порушення здатності приймати до уваги думки, плани, точки зору інших людей і координувати їх зі своїми власними, зосередженість на своїх інтересах, недостатнє вміння кооперуватися з іншими. Ці характеристики і є основними проявами егоцентричних особливостей. Егоцентрична людина не втрачає здатності мислення, сприйняття, рефлексії, проте їй важко бути уважною до думок інших, враховувати позиції, погляди партнерів по взаємодії. Через це взаємодія стає неефективною, набирає одностороннього характеру, а взаємини з людьми псуються.

У сфері сімейного виховання егоцентризм батьків нерідко виявляється в приписуванні дитині своїх власних інтересів, уподобань, страхів і т.п. Таким чином, дитині відмовляють у проявах індивідуальності, формують у неї пасивну, залежну життєву позицію.

Егоцентризм як психологічне явище є предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених. Поняття “егоцентризм” більшість науковців використовують для позначення вікових особливостей психічного розвитку (Е. Блейлер, О. Запорожець, Б. Пєтров, Ж. Піаже, Г. Цукерман та ін.). Значна частина наукових праць присвячена егоцентризму дитячого мислення і мовлення (Л. Венгер, Л. Виготський, Д. Ельконін, Л.Обухова, Ж. Піаже, Л. Фрідман та ін.). Як властивість особистості егоцентризм досліджували Б. Братусь, Т. Пашукова, К. Платонов. Проблема егоцентризму досліджуються і в українській психолого-педагогічній науці (А. Богуш, І. Вєтров, О. Мельничук, Н. Шевченко).

Поняття «егоцентризм» має у своєму складі два слова, що походять від латинського ego - «Я» і centrum - центр кола, осередок. Поняття відображає відношення людини до світу, що характеризується його зосередженістю на своїй позиції або своєму індивідуальному «Я». [1]

На рівні структури особистості егоцентризм проявляється у індивіда в його сприйнятті, мисленні, світогляді, установках і задається самооцінкою, рівнем домагань, позицією, від якої залежить формування егоцентричних відносин. Егоцентризм в спілкуванні залежить від індивідуальних особливостей соціального сприйняття і в ході комунікації може виконувати функції самоствердження.

Закономірність динаміки егоцентризму проявляється в тому, що його рівень підвищується від молодшого до старшого підліткового віку і різко знижується при сприятливих умовах взаємовідносин в юнацькому віці. Рівень егоцентризму підвищується в ситуаціях несприятливої взаємодії і взаємовідносин, наприклад, в умовах зміни соціального статусу, в ситуації конфлікту з іншими людьми та ін.. Психіка наче мобілізується при зустрічі з труднощами, вся увага особистості центрується на власному Его, тому здатність до емпатії, розуміння потреб інших, врахування їх інтересів та позицій зменшується.

Особи з високим рівнем егоцентризму часто бувають конфліктними, так як не враховують, а часом і спотворюють смисловий зміст повідомлення співрозмовника, що веде до нерозуміння і міжособистісних проблем. Низький рівень егоцентризму часто є наслідком постійного придушення особистості авторитетами.

Виходячи зі сказано вище, відображення егоцентризму найімовірніше прослідкувати в таких індивідуально-типологічних властивостях особистості, що мають відношення до ціннісних орієнтацій особистості, її системи установок, яка визначає інтерес і спрямованість до інших людей і взаємодії з ними.

Наступним етапом в дослідженні буде емпіричне виявлення взаємозв'язку рівня егоцентризму з рівнем вираженості індивідуально-типологічних характеристик.

Таким чином, отримані результати дадуть змогу з'ясувати основні тенденції прояву феномену, який досліджується, в індивідуально-типологічних властивостях, що дозволить поглянути на проблему з іншого боку та розширити в подальшому методи психотерапевтичного та психокорекційного впливу – як на міжособистісному, так і на внутрішньоособистісному рівнях.

Література

1. Пашукова Т. И. Эгоцентризм, основне психологические характеристики, закономерности и механизмы формирования и коррекции: дисс. Док-ра психол. Наук. – Киев, 2002. – 508 с.
2. Пашукова Т. И. Эгоцентризм: феноменология, закономерности формирования и коррекции. – Кировоград: центрально-Украинское издательство, 2001. – 338 с.
3. Психология общения. Энциклопедический словарь. Под общ. Ред. А. А. Бодалева. – М. Изд-во «Когито-центр». 2001

Таран Дмитро
студент 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доцент Губа Н.О.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ СИМПТОМОКОМПЛЕСУ ПСИХОЛОГІЇ ЖЕРТВИ

Протягом тривалого часу сфера досліджень психології жертви найширше була представлена в межах юридичної психології, оскільки тут виникає багато важливих завдань, які можуть бути вирішені лише на основі теоретичних положень загальної віктимології як міждисциплінарної науки, що розвивається на базі взаємодії юриспруденції, кримінології, юридичної і соціальної психології. Поступово сфера досліджень значно розширювалася, акцентуючи увагу на психологічних і соціально-психологічних аспектах особистості і поведінки потенційної жертви, структури міжособистісних відносин тощо (П.Г. Дагель, Л.В. Франк, В.Н. Кудрявцев, В.С. Мінська, Г.А. Вартанян, А.Ф. Зелінський, Г.І. Шнейдер, В.Е. Коновалова, В.Е. Христенко і ін.). У цих дослідженнях було показано, що особистість потенційної жертви володіє певними індивідуально-психологічними особливостями, які потенційно детермінують можливість попадання людини в категорію жертв [6].

При вивченні феномена психологічної жертви ми спиралися на традиції трансперсональної психології (К.Юнг; Р.Ассаджіолі, С.Грофф, К.Ч.Тойч); гештальтпсихології (Дж. Рейнуотер, М.В.Розін); позитивної психології (М.Селігман) [3].

У сучасній вітчизняній психології концепція психологічної жертви акумулюється у наукових здобутках К.О.Абульханової-Славської, Б.Г.Ананьєва, Л.І.Божович, Б.С.Братуся, В.А.Роменця, А.В.Петровського і В.А.Петровського, в яких розкриті провідні функції суб'єктності у формуванні психології жертви, виділені основні особистісні передумови формування цього феномена і закладені основи психопрофілактичної роботи в даному напрямі [1]. Водночас, до теперішнього часу особистісні характеристики психологічної жертви залишалися поза увагою учених.

Теоретичні і методологічні передумови створення теорії психологічної жертви, як основні її характеристики виділяються психологічна незрілість, неадекватна ієрархізованість мотивів і відносин, дуалістичний спосіб формування ставлення до іншої людини (як самоцінності на одному полюсі, як речі - на іншому), імпліцитна потреба здійснення себе як особистості, «невмотивована» активність, схильність до диспозиційної тривоги і міжособистісних маніпуляцій.

Водночас, незважаючи на різноманіття теоретико-методологічних напрямів і концепцій, що створюють передумови до розуміння феномена психологічної жертви, в зарубіжній і вітчизняній психології сам термін введений не був, його семантика не визначена.

Найбільш інформативним є дослідження особистості психологічної жертви через виділення основних особистісних характеристик, що розглядаються через поняття конструктів, що включають мотиваційно-цільовий блок, особистісні властивості, акцентуацію характеру, особливості подолання стресу, властивості нервової системи і типологічні особливості.

Узагальнення проаналізованих джерел дозволяє нам об'єктивувати і наповнити психологічним змістом основні конструкти досліджуваного феномена і дати визначення психологічної жертви як складного особистісного утворення, сформованого на ранніх етапах онтогенезу, закріпленого в соціальних ситуаціях, що неодноразово повторюються, і виявляється в посиленні психологічної залежності, маніпулятивної вразливості і обмеженні власної просоціальної активності [5].

Комплексне дослідження проблеми поведінки і формування жертви вимагає переходу від збору статистики і опису окремих проявів віктимної поведінки до систематизації психологічних аспектів цих явищ, що необхідне для розвитку загально психологічного напряму у вивченні цієї проблеми. Для розкриття психологічних механізмів жертви необхідним є системний аналіз структури особистості як ієрархічного утворення, що включає психофізіологічний, психологічний і соціально-психологічний рівні, які послідовно формуються в онтогенезі і відіграють домінуючу роль у проявах і рівнях різних видів віктимності [4].

В процесі теоретико-методологического дослідження феномена психологічної жертви нами були виділені і теоретично обгрунтовані основні конструкты, складові внутрішню структуру даного психологічного явища і логіку поведінки індивідів, що входять в казусну і деліктну групи..

До таких конструктам нами були віднесені:

1. мотиваційно-цільовий блок;
2. особові особливості;
3. акцентуація характеру і типологічні особливості;
4. особливості подолання стресу;
5. властивості нервової системи [2].

Кожен з виділених конструктов може бути розглянутий як самостійний і самодостатній вектор у формуванні основного внутрішнього напряму життєвого шляху індивіда і виступати як незалежна характеристика психологічної жертви. Проте саме їх сукупність дозволяє нам відтворити не тільки імовірнісний психологічний портрет

досліджуваного феномена, але і особливий спосіб життєдіяльності, фактичного управління своїм майбутнім в цілому і кожним вчинком окремо.

Література

1. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянская Е.В. Юридическаяпсихология: / А.М. Бандурка, С.П. Бочарова, Е.В. Землянская / Учебник. – Харьков, 2002. – 623с.
2. Бедь В.В. Юридична психологія: / В.В. Бедь / Навчальний посібник. – Львів, 2002. – 376 с.
3. Васильєв В.Л. Юридическая психология: / Васильєв В.Л. / – 3-е изд. – СПб., 2000. – 448 с.
4. Коновалова В.О., Шепітько В.Ю. Юридична психологія: [Текст] / В.О. Коновалова, В.Ю. Шепітько / Підручник.- К., 2013. – 352 с.
5. Медведєв В.С. Кримінальна психологія: / В.С. Медведєв / Підручник. – К., 2004.
6. Юридична психологія. / [За ред. Є.М. Моісеєва та Л.І. Казміренко] / Підручник.- К., 2007.

Тарасова Анастасія
студенка 2 курсу фак-ту СПП
Наук. керівник Лукасевич О. А.

РІВЕНЬ СТРЕСОСТІЙКОСТІ В ПЕРІОД РАННЬОЇ ДОРОСЛОСТІ

Актуальність дослідження: Тема стресостійкості досить актуальна у нашому суспільстві. Стрес і його наслідки є важливою соціальною проблемою. І для її подолання набуває важливості такий термін як стресостійкість. Саме вона забезпечує певний рівень як соціальної, так і особистісної стабільності. Важливим є і фактор впливу стресу на здоров'я. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, 45% всіх захворювань пов'язано зі стресом, а деякі фахівці вважають, що ця цифра у 2 рази більше. Проведені дослідження показали, що 64% людей піддаються стресу на роботі, 56% стрес призводить до поганого сну.

Близько 17% різних алергічних реакцій виникає на фоні стресу або їм посилюється.

На даний період часу рівень стресу підвищений в зв'язку з політичним і економічним становищем у країні. Через ці причини значна частина населення виявляється схильною до соціально-стресових розладів. При цьому люди втрачають соціальну пристосованість, набувають невпевненість у завтрашньому дні, відчувають сумніви в життєвому сенсі внаслідок девальвації звичних цінностей.

Саме тому тема стресостійкості так важлива для сучасного суспільства і людини.

У період ранньої дорослості, згідно з концепцією Е. Еріксона, результатом розвитку є досягнення близькості: душевна теплота, розуміння, довіру, здатність ділитися з оточуючими. Тобто людина досить відкрита світу, і тому більш схильна до стресів. Щоб не втрачати зв'язку з навколишнім світом їй і необхідна стресостійкість, як перешкода між людиною і стресом.

Мета дослідження - розглянути проблему рівня стресостійкості в період ранньої дорослості.

Б.Х. Варданян визначає стресостійкість як особливу взаємодію усіх компонентів психічної діяльності, у тому числі емоційних. Він пише, що стресостійкість «... можна більш конкретно визначити як властивість особистості, що забезпечує гармонійне ставлення між усіма компонентами психічної діяльності в емоціогенній ситуації і, тим самим, сприятиме успішному виконанню діяльності»

На думку «прикордонних» психіатрів (Ю.А. Олександрівський, А.Д. Адо, А.В. Вальдман, В.І. Лебедєв та ін.) Стресостійкість - це бар'єр психічної адаптації.

Психологи (Л.Г. Дика, О.А. Конопкін, В.І. Моросанова, Р.Р. Сагіев) основою стресостійкості вважають саморегуляцію людини, що складається з певних ланок (О.А. Конопкін) і стилістично різноманітна (В. І. Моросанова, Р.Р. Сагіев, Л.Г. Дика).

Інші автори (Л. Мерфі, Р. Лазарус, С. Фолкман, Д. Амірхан, Н. Сирота та ін.) Відносять до даної характеристиці різні когнітивно обумовлені механізми подолання стресу (копінг-механізми) і механізми психологічного захисту (Н. Хаан).

Певний рівень тривожності - природна і обов'язкова особливість активної особистості, яка підтримує інстинкт самозбереження. При цьому висока особистісна тривожність тісно пов'язана з наявністю невротичного конфлікту, з емоційними зривами і психосоматичними захворюваннями. Тому відкритість, інтерес до змін і ставлення до них не як до загрози, а як до можливості розвитку на тлі адекватного рівня особистісної тривожності призводить до підвищення стійкості до стресу.

З метою розвитку стійкості до стресу використовують тренінги, спрямовані на розвиток навичок саморегуляції (нервово-м'язова релаксація, аутогенне тренування, медитація), комунікативні тренінги (групові варіанти поведінкового і соціально-психологічного тренінгу), тренінгові підходи, що стимулюють особистісний ріст (розвиток окремих сторін особистості учасників тренінгу), навчальні тренінги (вдосконалення навичок, необхідних для професій, де визначальним фактором є ефективність спілкування).

Висновки. У даній роботі передбачалася наявність проблеми стресостійкості в період ранньої дорослості.

Однак ми можемо зробити висновки, що не дивлячись на досить високий рівень стресових ситуацій в житті людини, вона має так само високий рівень стресостійкості.

Згідно до цього ми можемо побачити, що стресові ситуації, якщо вони не є позамежними (несучими шкоду здоров'ю людини), стимулюють системи організму, і також позитивно впливають на розвиток рівня стресостійкості.

Рівень стресу можна знизити за допомогою внутрішніх механізмів, що створюють і утримують в нашій свідомості відчуття стресу.

Тєрєшина Анастасія
студентка 2 курсу фак-ту СПП
Наук.кер.: к.псих.н., доцент Лукасевич О.А.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ ТЕРОРИЗМУ В СУЧАСНОСТІ

Актуальність дослідження даної теми обумовлена тим що, тероризм являє собою найнебезпечніше явище з яким ми зараз стикаємося. Прояв тероризму тягне за собою масові людські жертви, руйнуються духовні, матеріальні, культурні цінності, які неможливо відтворити століттями. Він породжує ненависть і недовіру між соціальними і національними групами. На сьогоднішній день тероризм став невід'ємною частиною політичних і економічних процесів в світі, і представляє велику загрозу громадській і національній безпеці та й усьому подальшому розвитку нашої цивілізації. Актуальність обраної теми продиктована нашою дійсністю. Масштабність і жорстокість прояву сучасного тероризму, необхідність безперервної боротьби з ним, тільки підтверджує актуальність роботи. При психологічному дослідженні такого складного соціального явища, яким є зараз тероризм необхідно з позицій системного підходу дослідити всі фактори, які прямо і побічно впливають на виникнення і розвиток цього явища. Таким чином, в даний час тероризм являє собою складне соціальне явище, що представляє загрозу стабільності багатьох країн з усього світу.

Мета дослідження: Виявити ставлення до тероризму у молоді,отримати інформацію про те наскільки вони проінформовані і як сприймають:
мотивацію тероризму;
методи боротьби з тероризмом;
місце і роль тероризму як загрози сучасного світу.

Методика і організація дослідження: В проведенні емпіричного дослідження використано опитувальник який визначає ставлення молоді до тероризму. Вибірку склали студенти молодших (перших) та старших курсів. У дослідженні брали участь 100 осіб юнаків

та дівчат у віці від 17-23 років.

Результати дослідження: показали,що молодь розуміє, що в сучасному суспільстві існує така проблема як тероризм,і що це явище є дуже небезпечним для суспільства. Більшість з опитуваних вважають, що тероризм-це насильство, що має ідеологічну основу.
Найголовнішими характеристиками тероризму є:
насильство;
прояв жорстокості;
порушення закону;
релігійний фанатизм;
лякання.

Респонденти вважають що держава не справляється з проблемою тероризму. Також вважають, що засоби масової інформації звертають достатню увагу на проблему тероризму,і визначають ту кількість інформації яку надають.

Більшість студентів вважають,що терористи-це злочинці,які свідомо йдуть на злочин і ні за яких обставин їх не можна виправдати. Найголовнішими причинами того,що людина стає терористом,опитувані вважають:
прихильність до певної ідеології;
прагнення відчути владу над людьми;
прагнення знайти соратників,стати частиною якоїсь групи.

Висновки:Таким чином,можно зробити висновок що молодь досить добре проінформована що таке тероризм,що він собой являє,яка мотивація терроризму,та яке займає місце у загрозах сучасному світу. Що це дуже небезпечне явище,з яким треба боротися.

Титар Юлія
Студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доц. Лукасевич О.А.

СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ ЕМПАТІЇ У СТУДЕНТІВ РІЗНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Актуальністю даної теми є те, що, зараз, коли багато професій пов’язані із спілкуванням людини: це чиновники, керівники, продавці, менеджери персоналу, педагоги, психологи, психотерапевти та багато ін., рівень емпатії є професійно необхідною якістю для цих фахівців.

Традиційно в мистецтві, літературі та повсякденному житті гуманізація відносин між людьми має зв'язок із співчуттям, співпереживанням, умінням зрозуміти іншу людину, перейнятися її стражданнями і радощами. У психології ці найважливіші здібності узагальнюються поняттям «емпатія».

Сам термін прийшов в наукову психологію на початку XX ст. з філософії—словом «емпатія» Е. Тітченер перевів німецьке слово «Einfuhlung» — «співпереживати в ...», яким Т. Ліппс у своїй концепції естетичного виховання описував процес розуміння творів мистецтва, об'єктів природи, а пізніше — і людини.

Емпатія — емоційна чуйність людини на переживання іншої, різновид соціальних (моральних) емоцій. Емпатія як емоційний відгук здійснюється в елементарних (рефлекторних) і у вищих особистісних формах (співчуття, співпереживання, співрадощів).

М. М. Обозов розглядає емпатію як процес (механізм) і включає в нього когнітивні, емоційні та дієві компоненти. На його думку, емпатія має три рівні.

В основі ієрархічної структурно-динамічної моделі лежить когнітивна емпатія (перший рівень), що виявляється у вигляді розуміння психічного стану іншої людини без зміни свого стану.

Другий рівень емпатії передбачає емоційну емпатію, не тільки у вигляді розуміння стану іншої людини, але і співпереживання і співчуття їй, емпатичневідреагування.

Третій рівень емпатії — вища форма, що включає когнітивні, емоційні і поведінкові компоненти. Вона в повній мірі виражає міжособистісну ідентифікацію, яка є не тільки уявною (сприймається і розуміється) і чуттєвою (співпереживаться), але і дієвою.

Важливою складовою особистості людини, це є те, як вона може розпоряджатися собою під час спілкування. Здатність до емпатії є у всіх людей, але вона у всіх на різному рівні. Рівень емпатії передбачає подальше спілкування із співрозмовником.

Емпатія, як вважає Даніель Батсон є основою альтруїзма. Хоча це твердження виглядає очевидним, воно підтримало підтвердження в експериментах.Ті студенти, у яких при спостереженні дистресу інших найбільш сильно змінювалися фізіологічні реакції (симптом власного дистресу або емпатії), в наступних експериментах були більш схильні до надання альтруїстичних вчинків.

Для формулювання свого уявлення К. Роджерс спирався на поняття стану, або переживання (experiencing), введене Гендлін, що збагатило його уявлення в цілому ряді пунктів. За власним визнанням К. Роджерса Е. Гендлін вважає, що в будь-який момент часу людина відчуває стан, до якого вона може багаторазово звертатися в процесі пошуку сенсу. Вони служать свого роду суб'єктивним орієнтиром у цьому пошуку.

В психологічній науці вивчення емпатії має не менш важливу роль, та є складним багаторівневим процесом.

У дослідженні взяли участь студенти другого курсу Запорізького Національного Університету. Вибірка становила 40 осіб, а саме 20 осіб гуманітарної спеціальності та 20 осіб технічної спеціальності. У дослідженні брали участь такі факультети: фак. журналістики (гум. спец.), фак. психології (гум. спец.); фак. математики (тех. спец.), фак. фізики (тех. спец.) тобто, по 10 чоловік з кожного факультету. За гендерними відмінностями у співвідношенні 9 хлопців і 31 дівчина з усіх чотирьох факультетів. Вік студентів становив від 18 до 20 років. В дослідженні використовувалась методика «Опитувальник для діагностики здатності до емпатії» А. Меграбяна і Н. Епштейна.

Проаналізувавши отримані дані за факультетами можна сказати, що переважає високий рівень емпатії абсолютно в усіх чотирьох факультетах гуманітарної та технічної спеціальності, та незалежно від статі студента, так як був виявлений високий рівень емпатіїї у хлопців, не зважаючи на те, що по статистиці хлопці менш емпатичні особи ніж дівчата.

За даними дослідження можна сказати, що гуманітарна та технічна спеціальність не відіграє роль у рівні емпатії студентів. У процесі психічного розвитку людина сама розвиває емпатичні здібності, так як це індивідуально-психологічна властивість людини. Здатність до емпатії частково є соціально обумовленої рисою характеру, а частково – генетично зумовленою особливістю темпераменту.

Будучи кваліфікованим спеціалістом незалежно від спеціальності в процесі існування емпатія залежить від життєвого досвіду, вміння налаштуватися і слухати співрозмовника. Крім того, це почуття залежить від того чи може людина при спілкуванні налаштуватися на одну хвилю зі своїм співрозмовником. Для розвитку емпатії існують спеціальні методи тренінгу. Такі тренінги здатні розвинути вміння застосування емпатії в особистому та професійному спілкуванні.

Література

1. Степанов С./ Проникновенное переживание.// Школьний психолог, №21, 2002.
2. Мерещаков Б. Г., Зинченко В. П./ Большой психологический словарь, М.: 2003, с 632.
3. Ведребер Р./ Психология общения, СПб: Прайм- Еврознак, 2003, с 320.
4. Маерс Д./ Социальная психология. СПб.: Питер, 1977, с 688.
5. Елеференко И. О. Синергизм эмпатии// Общество, 2007, №4.

Тюленєва Анастасія
Студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.психол.н., доц. Калюжна Є.М.

САМООЦІНКА ЯК ФАКТОР АГРЕСИВНОЇ ПОВЕДІНКИ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Постановка проблеми. З давніх-давен людство виявляло інтерес до феномену агресії. І в наш час вона є предметом наукових досліджень. Питання, чому люди діють агресивно, цікавило та хвилювало науковцівпротягом багатьох століть.

Даній проблематиці приділено багато теоретичних та емпіричних досліджень. Але не дивлячись на значну кількість наукових робіт, присвяченій цій тематиці, ключові питання, пов'язані з природою і факторами агресивності, залишаються відкритими.

Підвищений інтерес науковців до феномену агресії обумовлений тим, що останнім часом відмічається зростання проявів агресивної поведінки серед студентської молоді, спостерігається стрімка зміна міжособистісного спілкування молоді, яке набуває все більш конфліктного та агресивного характеру. І тому знання факторів, які обумовлюють виникнення агресивної поведінки молоді, дозволить знизити рівень агресії серед студентства шляхом своєчасної профілактики та корекції її основних причин.

Метою статті є теоретичне обґрунтування актуальності проблематики взаємозв'язку агресивності та самооцінки у студентської молоді.

Виклад основного матеріалу. Дане дослідження з акцентоване на студентстві, тож слід розглянути поняття студентського віку. Студентський вік являє собою особливий період життя людини і, згідно з твердженням Б.Г.Ананьєва (1974), є сензитивним періодом для розвитку основних соціогенних можливостей людини. І.О.Зимня (2000) розглядає студентство як особливу соціальну категорію, спільноту людей, організовано об'єднаних інститутом вищої освіти.

Разом із тим, студентська молодь є специфічною спільнотою, тому що її суттєві характеристики і риси, на відміну від представників старших поколінь і вікових груп, перебувають у стані формування і становлення. Нажаль, останнім часом міжособистісна взаємодія студентства набуває все більш конфліктного та агресивного характеру.

У психології під агресією розуміють тенденцію (прагнення), яка проявляється в реальній поведінці або фантазуванні, з метою підкорити собі інших або домінувати над ними. Відповідно до визначення, запропонованого А.Бассом (1961), агресія – це будь-яка поведінка, що містить загрозу або завдає шкоди іншим. Під агресією, згідно з Е.Фроммом (1973), слід розуміти будь-які дії, що завдають або мають намір завдати шкоди іншій людині, групі людей або тварині, а також заподіяння шкоди взагалі всякому неживому об'єкту.

Вивченням феномену агресії займалися як вітчизняні (І.Б.Бойко, Л.В.Бороздіна,Т.Г.Румянцева, Л.М.Семенюк, І.А.Фурманов, Н.В.Фурманова) так і зарубіжні (А.Адлер, А.Бандура, А.Басс, Л.М.Берковіц,Р.Берон, Д.Доллард, Д. Річардсон, З.Фрейд,Е.Фромм, К.Хорні) психологи.

Однією з проблем вивчення агресії є відкритість питань, пов'язаних з її природою та факторами. Під факторами агресивної поведінки розуміють сукупність причин і умов, що ініціюють агресію або визначають її характер і окремі риси (О.О.Реан, 1999). Серед головних факторів агресивної поведінки вченими розглядаються наступні: соціально-психологічні (мікросоціальні, макросоціальні),особистісно-психологічні (якості особистості, що формуються у процесі соціалізації і так чи інакше пов'язані з її агресивністю – певний спосіб мислення,агресивні переконання, схильність до емоцій злості і гніву, підвищена афективна збудливість в ситуації фрустрації, тривожність, рівень самооцінки, емоційна нестійкість, агресивні установки індивіда і невміння протистояти стресовим ситуаціям) та біологічно-психологічні чинники.

Дане дослідження зосереджене на аналізі особистісно-психологічних чинників агресивної поведінки, а точніше, на самооцінці.

Самооцінка теж вивчалася як на вітчизняних просторах психології (О.А.Белобрикіна,Л.І.Божович,Л.В.Бороздіна,І.С.Кон,О.М.Леонтьєв,О.Н.Молчанова,С.Л.Рубінштейн, І.І.Чеснокова) так і за кордоном (Р.Бернс,Т.В.Дембо, У.Джемс,С.Куперсміт, В.С.Мерлін, К.Роджерс,Т.Шибутані).

Від самооцінки залежать взаємовідносини людини з оточуючими, її критичність, вимогливість до себе, ставлення до успіхів і невдач. У зв'язку з цим можна припустити, що агресія, як соціально-психологічний феномен, є результатом заниженої або завищеної неадекватної самооцінки особистості. Тобто, самооцінка є фактором агресивної поведінки.

Аналіз наукових джерел дозволяє стверджувати, що більш агресивна молодь частіше має крайню, екстремальну самооцінку – або надзвичайно високу, або вкрай низьку. Для не агресивних студентів більш характерною тенденцією є адекватна самооцінка.

Особистості з низьким рівнем самооцінки притаманна схильність часто відчувати почуття сорому, провини. Прагнучи справитися з такими почуттями, особистість вдається до захисно-агресивної поведінки. Низький рівень самооцінки може бути зумовлений несприятливим ставленням соціуму. За допомогою агресивної поведінки молодь намагається повернути втрачену самооцінку, яка була занижена в результаті впливу оточення. В ситуації, коли самооцінка завищена, агресивність проявляється з метою привернути увагу, бути в центрі уваги.

Висновок. У підсумку здійсненого аналізу, можна констатувати, що у студенства прояви агресивної поведінки досить різноманітні, оскільки визначаються переважно їх індивідуальними особливостями. В якості індивідуально-психологічних факторів, що викликають агресивну поведінку, розглядають такі риси, як побоювання соціального несхвалення, дратівливість, підозрілість. Якщо особистість має неадекватний рівень самооцінки, то цей фактор може стати провокатором її агресивної поведінки.

Чикіна Тетяна
студентка 5 курсу ф-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доц. Губа Н. О.

ПСИХОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СПРИЙНЯТТЯ ГЕНДЕРНИХ РОЛЕЙ І СТЕРЕОТИПІВ СТУДЕНТАМИ ВНЗ

Актуальність даної роботи обумовлена тим, що важливим аспектом особистості студента є гендерна приналежність, тобто дуже велику роль відіграє те, до якої, власне, статі належить індивід — чи до чоловічої, чи до жіночої. Гендер обумовлює життєвий вибір, стиль поведінки, та, зрештою, і саму роль, відведену людині суспільством. Процес гендерної стереотипізації є найважливішою психологічною характеристикою людини, механізмом сприйняття і оцінювання поведінки чоловіків і жінок, як пише М. Г. Ткалич. Уявлення про те, що чоловікам і жінкам властиві певні якості і моделі поведінки, обумовлюють формування самосвідомості, міжособистісне спілкування та міжгрупову взаємодію.

Мета дослідження: виявити особливості сприйняття гендерних ролей студентами ВНЗ, та визначити сформовані у них гендерні стереотипи.

Основна гіпотеза дослідження полягала в тому, що уявлення про гендерні ролі та стереотипи у студентів ВНЗ будуть відповідати загальноприйнятим закріпленим ролям та сформованим стереотипам в суспільстві та не будуть відрізнятися за статтю.

Поняття «гендер», на відміну від поняття «стать», виникло порівняно нещодавно. Проблеми, пов’язані з данним поняттям, хвилюють багатьох сучасних соціальних психологів, як-от Т.В. Бендас, Ш. Берн, О.А. Вороніну, Т.В. Говорун та О.М. Кікінежді, Д. Маєрса, І.С.Клецину, І.С. Кона, які, в свою чергу, бачать переоцінку «гендерних» цінностей на сучасному етапі соціалізації суспільства.

Термін роль вперше був уведений у 1934 р. Дж. Мідом, як результат творчого дослідницького процесу взаємодії.

В понятті «гендерна роль» підкреслюються вимоги і очікування суспільства щодо поведінки особистості тієї або іншої статі. Це поняття виступає ланкою зв'язку між особистістю і соціумом, між культурою суспільства і структурою особистісних рис, зазначає В.В. Москаленко. Такі уявлення залежать від віку, класової, кастової, расової, етнічної приналежності, культури, релігії та ін. ідеологічних переконань, а також від географічних, економічних і політичних умов.

Особливе місце серед норм жіночої гендерної ролі посідає норма необхідності бути як гарною дружиною, матір'ю, домогосподаркою, так і ефективним працівником для жінок, які поєднують, або скоріше намагаються поєднувати сімейне життя та професійну діяльність. До традиційних норми чоловічої гендерної ролі Ш.М. Берн відносить норму успішності й статусу, фізичної твердості, розумової твердості, емоційної твердості, норму антижіночості. Ці норми відображають сформовані у суспільній свідомості стереотипні уявлення про нормативну маскулінність як еталон чоловічої гендерної ролі.

Гендерні ролі, їх формування, на наш погляд, невід'ємно пов'язані з гендерними стереотипами.

Поняття «стереотип» вперше введено в обіг відомим американським журналістом Волтером Ліппманом в 1922 р. у книзі «Громадська думка». Наукове вивчення гендерних стереотипів почалося в середині 50-х років XX ст.

Гендерні стереотипи — узагальненні уявлення, що сформувалися в культурі по відношенню до поведінки чоловіка і жінки. коли американські соціологи визначили типово чоловічий та типово жіночий образи. Так, типово чоловічий образ – це риси, пов'язані з компетентністю, раціональними здібностями, активністю і результативністю. Жіночий образ характеризують соціальні і комунікативні навички, теплота, емоційна підтримка.

І.С.Клецина виокремлює декілька груп гендерних стереотипів: стереотипи маскулінності-фемінності, розподілу сімейних і професійних ролей між чоловіками і жінками, за специфікою змісту праці, стереотипи пов'язані з привабливістю.

Вибірку дослідження склали студенти Запорізького Національного Університету (м. Запоріжжя) спеціальностей "Психологія", "Соціальна педагогіка", "Соціальна робота", віком від 18 до 22 років. Загальна кількість досліджуваних склала 91 особу, з них 25 – чоловічої та 66 – жіночої статі.

Опитування студентської молоді, показало, що для сучасної молоді характерно вбачати абсолютно нормальним поєднувати в собі як жіночі так і чоловічі риси,більше того це стає тенденцією. Щодо відображення стереотипних уявлень, то вони мають місце.

Аналіз результатів проведеного дослідження дає підстави стверджувати про наявність стереотипів які стосуються гендерних ролей жінок та чоловіків у суспільстві. А саме стереотипів маскулінності-фемінності та андрогідного стилю поведінки, стереотипів професійного характеру, та стереотипів стосовно сімейних ролей, які виконують чоловік та жінка.

Література

1. Берн Шон Меган. Гендерная психология. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 320 с.

2. Ильин Е.П. Пол и гендер. С-Пб.: Питер, 2010.

3. Клецина И.С. Психология гендерных отношений: Теория и практика / И.С. Клецина. – СПб.: Алетейя, 2004. – 408с.

4. Москаленко В.В. Соціальна психологія. Підручник. Видання 2ге, виправлене та доповнене – К.:Центр учбової літератури, 2008. – 688 с.

5. Ткалич М.Г. Гендерна психологія : навч. посіб. / М. Г. Ткалич. - К. : Академвидав, 2011. – 248 с.

Шабля Анна
студентка 2 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: викл. Лукасевич О.А.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УЯВИ ДОШКІЛЬНИКІВ ІЗ ПОРУШЕННЯМ ПСИХІЧНОГО РОЗВИТКУ

Актуальність дослідження: На сьогодні гострою стає проблема дітей із затримкою психічного розвитку, тому що число дітей із ЗПР помітно збільшилася. Питання стосовно уяви даної категорії дітей актуальна тим, що цей психічний процес є невід'ємним компонентом будь-якої форми творчої діяльності людини, її поведінки в цілому. Уява бере участь у всіх видах діяльності: ігровій, навчальній, трудовій, забезпечує адекватну поведінку в тій чи іншій життєвій ситуації, а значить, сприяє соціальній адаптації, що особливо важливо для дітей з інтелектуальним недорозвитком, у яких обмежені можливості самостійної орієнтації. Таким чином, актуальність дослідження визначається участю уяви у всіх психічних процесах.

Мета дослідження: вивчити та проаналізувати психологічні особливості уяви у дітей із затримкою психічного розвитку.

Перший клінічний опис дітей із затримкою психічного розвитку пов'язаний з ім'ям німецького психоневролога Хофмана. Ще у 1845 році він звернув увагу на дітей з дефіцитом уваги і руховим розгальмуванням.

Дослідження Л.С. Виготського, В. О. Давидова, С. Л. Рубінштейна, Д. Б. Ельконіна, О. М. Дьяченко та ін. показують, що уява виступає не тільки передумовою ефективного засвоєння навчального матеріалу, але і є умовою творчого перетворення наявних у дітей знань, тобто в значній мірі визначає ефективність навчально-виховної діяльності. Дослідження розвитку уяви у даної категорії дітей представляє певний інтерес, так як затримка формування психічних процесів створює певні труднощі у засвоєнні програмного матеріалу в шкільному закладі, гальмує розвиток їх особистісних якостей, ускладнює підготовку до подальшого навчання.

Вивченням сформованості уяви у дошкільнят із ЗПР займалися О. В. Боровик, Е. А. Екжанова, С. К. Сиволапов, Е. С. Слепович Н.А. Ципіна, а також Е. А. Медведєва, яка досліджувала особливості розвитку уяви у старших дошкільників із ЗПР в театралізованих іграх. Результати проведених досліджень зводяться до наступного: своєрідність у розвитку уяви виражається в пролонговані його репродуктивного характеру; інтерес до завдань на творчу уяву залежить від їх складності; образне бачення уявної ситуації сформовано недостатньо.

За даними Е. А. Медведєвої, було зафіксовано відставання молодших школярів із затримкою психічного розвитку в розвитку уяви від їх нормально розвиваються однолітків. Однією з особливостей розвитку уяви у дітей з затримкою психічного розвитку є слабка вираженність позитивного мотиваційного компоненту в творчій діяльності. Було зафіксовано, що інтерес до завдань на творчу уяву залежить від складності завдання (підвищується в тих випадках, коли завдання доступно і різко падає, коли трапляються труднощі). Це вказує на критичність дітей в оцінці своїх можливостей і на те, що вони мають страх ситуації неуспіху, пов'язані з невдачами в минулому .

Важливим моментом є те, що структурні компоненти уяви на рівні емоційно - почуттєвого і художнього досвіду недосконалі. Така здатність, як цілісне, образне бачення уявної ситуації, у них сформована недостатньо. Діяльність уяви поєднується з наслідуванням , а інтуїція свідомим пошуком засобів виразності образу. Діти відчувають труднощі при виконанні творчих завдань, пов'язаних із зміною, комбінуванням заданого сюжету, образу, так і з створенням власних задумів та їх реалізацією в різних видах рольових ігор. Більше того, різні види опори (наочна і словесна) не є для дітей із затримкою психічного розвитку «пусковим механізмом» для розгортання творчості.

Висновки. У дітей із затримкою психічного розвитку розвиток уяви знаходиться на низькому рівні розвитку. Фантазія розвинена слабо. Для школярів із ЗПР характерно недорозвинення творчої уяви, дрібної моторики рук, сповільненість рухів, недостатня емоційність у вигадуванні оповідань. Творча уява дітей з особливими освітніми потребами спирається на конкретну дійсність і не може від неї відірватися.

У дітей даної категорії труднощі у використанні образів пам'яті, сприйняття, страждають цілісність створення образу, мова не виконує своєї регулюючої функції. У більшості з них є недоліки зорово-рухової координації, вузький обсяг сприйняття, труднощі впізнавання предметів в незвичайному положенні.

Дітям із ЗПР потрібна адаптація обсягу та характеру навчального матеріалу до пізнавальних можливостей учнів. Особливе місце повинні зайняти уроки ручної праці, так як на них значне місце займає діяльність з наочно-предметного зразка, що дозволяє формувати узагальнені прийоми розумової роботи.

Перспективи подальших досліджень ми вбачаємо в необхідності пошуку ефективних реабілітаційних засобів, спрямованих на попередження, подолання чи відновлення порушених функцій організму та корекцію вторинних недоліків у дітей із затримкою психічного розвитку.

Швець Ксенія
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доц. Губа Н.О

ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ МОЛОДІ ДО СІМЕЙНОГО ЖИТТЯ

Шлюбно-сімейні відносини є провідними в людських взаєминах. І підготовка молоді до цих відносин становить великий інтерес для будь-якого цивілізованого суспільства. Характер шлюбно-сімейних відносин вимагає сьогодні від подружжя високого рівня морально-психологічної культури. Процес її формування складний, тривалий, багатобічний. І дуже важливо допомогти підростаючому поколінню в успішному розвитку необхідних особистісних якостей для майбутнього щасливого сімейного життя.

Збільшення в Україні кількості розлучень, скорочення народжуваності, відсутність знань, уявлень про сімейне життя висунули проблему підготовки молоді до майбутнього відповідального шлюбу в якості однієї з основних проблем суспільства.

Як показують дослідження І.В. Гребенникова [2], у більшості родин проблеми шлюбу не обговорюються навіть з досить дорослими дітьми. А якщо й обговорюються, то наголос робиться не на морально-психологічних, фізіолого-гігієнічних чи педагогічних аспектах, а на господарсько- економічних. Молоді люди, що вступають у шлюб, відсторонені в родині від домашніх турбот, не освоїли абетки господарювання, стикаючись із прозою життя, губляться, стомлюються, нераціонально витрачають час, конфліктують. Залучення підростаючих дітей до посильної участі в домашніх справах - найважливіший шлях їхньої підготовки до сімейного життя.

Дослідження О.М. Сизанова свідчать про послаблення впливу батьків на підготовку дітей до майбутніх шлюбно-сімейних відносин, нерідко молоді люди формують свої погляди під впливом засобів масової інформації, неформальних груп. Це пояснюється і тим, що шлюбно-сімейні відносини деяких батьків не можуть бути позитивним прикладом для молоді [5].

Результати багатьох досліджень свідчать про те, що участь батьків у підготовці дітей до сімейного життя в більшості випадків незначна. Приблизно 75% старшокласників не обговорюють з батьками питання взаємин з протилежною статтю, а також інші хвилюючі їх проблеми сімейного життя. Кожен четвертий із всіх старшокласників вважає, що в його батьків застарілі погляди і уявлення про взаємини між чоловіком і жінкою.

Від батьків, від успіху чи неуспіху їхнього власного шлюбу багато в чому залежить, яким буде ставлення до майбутнього шлюбу їхніх дітей. Гармонійні взаємини батька і матері, їхня турбота один про одного, про дітей, прагнення уникнути сварок і попередити конфлікт, працьовитість, повага один до одного - все це важливі передумови того, що виросли в такій атмосфері молоді люди створять міцну, щасливу родину. Соціологічні дослідження підтверджують, що благополуччя в батьківських родинах сприяє створенню щасливих шлюбів у дітей. Однак, на жаль, не у всіх родинах справи йдуть благополучно. тому надзвичайно важливим є свідомі дії психологів, педагогів і батьків, спрямовані на те, щоб молода людина одержала широкі можливості вибору прикладу, ідеалу сімейного життя [4].

Питання підготовки молоді до сімейного життя прямо чи опосередковано торкалися багато педагогів і психологів. Так, питанням статевого виховання велику увагу приділяв відомий радянський педагог П.П. Блонський. Він доводив, що вивчення дитячої сексуальності і до сьогоднішнього дня балансує між двома протилежними, але однаково невірними міфами - міфом про сексуально-байдужу дитину і фрейдистським міфом про дитину- еротомана. Обидва ці міфи вкрай шкідливо відображаються на сексуальній педагогіці: у першому випадку діти залишаються без усякого сексуального виховання, у другому - їм дають неправильне виховання, проблема дошлюбних статевих зв'язків, хочемо ми того, чи ні, ставиться життям і не може бути обійдена педагогами і психологами [1].

Підготовка молоді до сімейного життя повинна являти собою комплекс всебічних взаємодій молодих людей з батьками, педагогами, психологами, однолітками, з іншими людьми, із засобами масової інформації, у результаті яких відбувається усвідомлення особливостей взаємин, розвиток відповідних почуттів, формування уявлень, поглядів, переконань, якостей і звичок, пов'язаних зі шлюбом і сімейним життям.

Слід відмітити, що шлюбно-сімейних відносин торкаються соціальні зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві.

По-перше, це зміна складу родини, зменшення її чисельності в результаті зниження народжуваності і зведення її до подружньої пари.

По-друге, змінилася рольова структура родини в сторону більшої симетричності функцій чоловіка і дружини, підвищення авторитету і впливу жінки-матері, зміни уявлень про „лідера родини", ослаблення авторитарних методів виховання і т. д.

По-третє, змінилися функції родини убік її психологізації і інтимізації. По мірі того, як деякі старі економічні і соціальні функції родини (родина як виробнича одиниця, як осередок споживання і як інститут первинної соціалізації дітей) відмирають, чи то набувають підлеглого значення, підвищується цінність експресивних функцій, психологічної близькості, інтимності між членами родини [3].

Таким чином психологічна підготовка молоді до сімейного життя повинна бути комплексною, у тому числі включати в себе формування уявлень про різні сторони сімейного життя. При цьому необхідно враховувати вікові особливості цього періоду, зокрема міжособистісні взаємини між юнаками і дівчатами, статеворольову поведінку в юнацькому віці. Ефективність цієї роботи значною мірою залежить від особистості психолога, його життєвої позиції, поглядів, що мають ґрунтуватися на науковому підході до вивчення сім'ї.

Література

1. Библиотека семейного воспитания. Супружеская жизнь: гармония и конфликты - М.: Профиздат, 1990. - 174 с.
2. Гребенщиков И.В. Основы семейной жизни. - М.: Знание, 1985. - 80с.
3. Петровская Л.А. Теоретические и методологические проблемы социально-психологического тренинга / Л.А Петровская. – М., 2000. – 130 с.
4. Сатир В. Вы и ваша семья: Руководство по личностному росту. - М.: Эксмо - Пресс, 2000. - 320 с.
5. Сизанова А.Н. Семья и общество. Подготовка к семейной жизни. Минск: Ротапринт МГПИ им. А.М. Горького, 1987. - 63 с.

Шепель Ксенія
студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к.псих.н., доцент Грандт В.В.

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ МЕХАНІЗМІВ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАХИСТУ ОСОБИСТОСТІ

Психологічний захист – це система регуляції, що служить усунення або зведення до мінімуму негативних, травмуючих особистість переживань, пов'язаних з внутрішніми або зовнішніми конфліктами, станами тривоги і дискомфорту. Психологічний захист спрямований на збереження стабільності самооцінки особистості, її образу "я" і образу світу, яка досягається шляхом усунення зі свідомості джерел конфліктних переживань.

Дослідженням специфіки механізмів психологічного захисту присвячували свої роботи З. Фрейд, Г. Фрейд, А. Адлер, К. Хорні, Е. Берн, Е. Фромм, Ф. Перлз, М. Кляйн, Е. Еріксон, Г. Юнг, Г. Келлерман, Р. Плутчик, Ф. В. Бассін, Ф. Б. Березін, Л. Р. Гребеннікова, Л. Ф. Бурлачук, Р. М. Грановська, І. М.Нікольська, А. А. Налчаджян, В. А. Штроо та інші вітчизняні та зарубіжні вчені.

Зважаючи на розвиток підходів до розуміння захисних механізмів, вважаємо за доречне навести особливості розуміння та оцінки цього явища представниками різних психологічних шкіл.

Школа психоаналізу. Перші ідеї та спроби дослідження психологічних захистів зародилися в роботі З. Фрейда у 1894 році «Захисні нейропсихози». Він використовував це поняття для характеристики боротьби Я проти болісних чи нестерпних думок і афектів.

Пізніше термін «захисний механізм» був продовжений, інтерпретований, трансформований та модернізований як представниками різних поколінь дослідників психоаналітичної орієнтації, так і інших психологічних напрямів: екзистенціональної психології, гуманістичної психології, гештальт-психології тощо [1]. Захисні механізми за З. Фрейдом: витіснення, проекція, заміщення, раціоналізація, регресія, сублімація, заперечення.

Недирективна психотерапія К. Роджерса (гуманістична психологія). К. Роджерс визначив захист як поведінкову реакцію організму на загрозу, головна мета якої - зберегти цілісність Я-структури. Він запропонував тільки два механізми захисту, які використовуються для зведення до мінімуму усвідомлення невідповідності усередині «Я» або між «Я» і переживанням: спотворення сприйняття і заперечення. Слід зазначити, що загрозливе переживання не допускається до символізації в свідомості не тому, що воно «грішно» або суперечить моральним нормам, як вважав З. Фрейд, а тому, що воно несумісне з Я-структурою. Спотворення сприйняття має місце, коли невідповідне переживання допускається в свідомість, але тільки в формі, яка робить його сумісним з якимось аспектом Я-образу людини.

Тілесноорієнтована психотерапія В. Райха. Основою захисних механізмів є хронічні енергетичні блокування, що відбуваються на фізіологічному рівні. Він деталізував бар'єри, які використовуються для усунення або зведення до мінімуму нескінчених емоційних переживань, назвавши ці захисні механізми «панциром характеру», під яким він розумів хронічне м'язове напруження, що ізолює людину від неприємних емоцій. Коли м'язи напружені, відчуття послабляються.

Гештальтпсихологія. Крізь призму положень Гештальту – психологічний захист є тотожним із так званими «невротичними механізмами», які є результатом «дефектної взаємодії» із середовищем, де особливості людської особистості можуть або «обвиватися» як при патологічному злитті або інтроєкції, або «розсипатися» на фрагменти і заперечуватися як при проекції і ретрофлексії [2]. Гештальтпсихологи визнають наступні механізми психологічного захисту: конфлуенція (першого і другого роду), інтроекція, проекція (дзеркальна, катарсису, додаткова), ретрофлексія, дифлексія, девалідизація, еготизм, профлексія.

Позитивна психологія. Розглядає захисні механізми в якості адаптивних механізмі захисту, що є поведінкою, до якої людина звертається при намаганнях контролювати власні емоції під час стресу. Дж. Вейлант виділяв 5 адаптивних механізмів захисту: придушення, передбачення, альтруїзм, гумор, сублімація.

Екзистенціальна психологія. Ґрунтується відповідно до динамічної моделі функціонування психіки (на різних рівнях психіки в індивідуумі присутні конфліктуючі сили, а поведінка являє собою результат їх взаємодії). Рушійними силами в екзистенціальному підході вважаються конфронтації індивідуума з кінцевими даностями існування: смертю, свободою, ізоляцією і безглуздям. Передбачається, що усвідомлення людиною цих кінцевих даностей породжує в ньому страждання, страхи і викликає тривогу, яка, в свою чергу, запускає психологічний захист. Механізми психологічного захисту від тривоги: маніакальний героїзм, трудоголізм, нарцисизм, агресія, імпульсивність, заперечення, злиття, компульсивна сексуальність.

Підсумовуючи вищевикладене, необхідно зауважити відсутність єдиної загальноприйнятної точки зору на поняття та класифікацію захисних механізмів особистості.

Література

1. Психологическое здоровье и защитные механизмы личности : учебное пособие / Л.Д. Демина, И.А. Ральникова. - 2-е изд. - Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2005. - 132 с.
2. Рудестам К. Групповая психотерапия. Психокоррекционные группы: теория и практика. – М., 1993. – 368 с.

Шипко Майя
аспірантка кафедри практичної психології
Наук. кер.: д. психол. н., проф. Шевченко Н.Ф.

ЕТИЧНА СВІДОМІСТЬ ОСОБИСТОСТІ: СПЕЦИФІКА СТРУКТУРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Постановка проблеми. Сучасна суспільно-політична та економічна ситуація в Україні наразі є такими, що інтереси національної безпеки, соціального і культурного благополуччя настійно вимагають звернення до проблеми морального відродження особистості, розвитку її етичної свідомості. В контексті розвитку сучасної науки вивчення етичної свідомості особистості набуває особливої актуальності, адже саме етична свідомість зумовлює моральну позицію людини, її відносини та поведінку в цілому. Без сформованості ставлення до понять про добро і зло, обов'язок, совість, справедливість, честь і гідність, свободу і відповідальність, щастя і сенс життя, а також уявлень про моральний ідеал неможливі ні взаємодія зі світом, ні розвиток особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У межах філософії етична свідомість вивчалась В.П. Кобляковим (взаємопроникнення моралі та етики в процесі культурно-історичного розвитку); Ю.В. Согомоновим (становлення світоглядних уявлень); О.І. Титаренком, П.А. Ландесманом (визначення структур етичної свідомості); І.С. Коном (інтерналізація соціальних норм в культурно-історичному плані). У психологічній науці дослідженням етичної свідомості займалися: В.В. Турбан (особливості становлення етичної свідомості в онтогенезі); А.В. Бездухов; (етична свідомість вчителя); Л.М. Антілогова (психологічні механізми розвитку етичної свідомості); Р. Мурхед, В. Хіншлі (етична свідомість приватних та корпоративних юристів); Д. Перкінз (етична свідомість споживачів); Е. Амадо (розвиток етичної свідомості школярів).

Метою статті є висвітлення результатів теоретичного аналізу проблеми структурної організації етичної свідомості особистості.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукової літератури показує, що роботи дослідників у рамках філософії та психології охоплюють широке коло явищ, адже етична свідомість одночасно виявляється відображенням суспільного буття, формується в процесі взаємодії особистості з соціально-культурним середовищем, а також представляє собою суб'єктивну сторону моралі, виражає самовизначення в загальному універсумі буття.

Здійснений аналіз психологічних концепцій етичної свідомості демонструє певні відмінності у розумінні суті феномену, а отже й у термінології та поясненні структурної організації етичної свідомості. Разом із цим, огляд підходів до проблеми визначення поняття свідомості дає змогу виділити основні ознаки, які відносно співпадають у різних авторів (В.В. Турбан, А.А. Фурман, Б.С. Братусь, Л.М. Антілогова, Н.Г. Капустіна, А.В. Бездухов).

Так, етична свідомість, як і свідомість в цілому, характеризується зовнішньою або внутрішньою спрямованістю. Перший тип визначає буденний рівень свідомості («моральна рефлексія»), на якому люди оперують емпірично сприйманими даностями і виявляються нездатними осягнути глибину і сутність тих чи інших явищ суспільного життя. Другий тип – теоретичний рівень свідомості складають етична (внутрішня) рефлексія, власні вироблені моральні цінності, що забезпечують спрямованість свідомості особистості на досягнення вищих моральних цілей, виконують функції оцінювання подій та учинків.

Незважаючи на те, що на сьогоднішній день не склалося єдиної думки щодо внутрішньоструктурного пояснення етичної свідомості, дослідники одностайні в тому, що єдність її структурних компонентів охоплює когнітивну, афективну та поведінкову сфери особистості. Когнітивна сфера етичної свідомості містить в собі моральні знання, поняття, судження, усвідомлення особистістю власних моральних якостей і цінностей. Емоційний компонент передбачає позитивне чи негативне ставлення до норм моралі, подій та вчинків, ставлення до себе, моральну самооцінку, оцінку міжособистісних відносин. Поведінковий компонент виявляється у готовності до певного способу дій, особистій відповідальності за поведінку.

Слід зазначити, що основні характеристики, властивості та функції (аксіологічна, світоглядна, регулятивна, функція цілепокладання) свідомості в цілому, властиві і етичній свідомості, оскільки остання є її формою. З цього витікає, що структурна організація професійної свідомості певним чином відтворює структурні компоненти свідомості. На думку Н.Ф. Шевченко, досліджуючи певні форми свідомості, доцільно дотримуватися концепції О.М. Леонтьєва, тобто розглядати структуру свідомості у рамках єдності 3-х компонентів: значення, смислу та чуттєвої тканини.

Ґрунтуючись на концептуальних положеннях Н.Ф. Шевченко, можна припустити, що структура етичної свідомості особистості представлена змістом, який відтворює специфіку індивідуальної етичності та моральності: значеннями, які виражаються моральними нормами й категоріями; смислами, які виражаються особистісними цінностями, мотивами моральної поведінки, потребою в самоактуалізації; чуттєвою тканиною, яка характеризується особливістю сприйняття норм моралі, подій та вчинків.

Аналізуючи в науковій літературі дефініції поняття етичної свідомості та беручи до уваги думки дослідників з філософії, педагогіки та психології, поняття етична свідомість особистості можна визначити як динамічне психічне утворення, наповнене моральними значеннями, смислами та чуттєвим змістом, що диктуються специфікою індивідуальної етичності та моральності, а також особливостями соціальної ситуації розвитку особистості.

Висновки. В статті представлено специфіку структурної організації етичної свідомості особистості, а також подано визначення цього поняття. Показано, що термін «етична свідомість» позначає осягнення моралі особистістю, рефлексію моральних (соціальних) норм та є формою індивідуальної свідомості.

Шульга К.А.
студентка 2 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. психол. н, доц. Лукасевич О.А.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЧОСТІ ОСОБИСТОСТІ

Актуальність дослідження. У сучасній психології багато уваги приділяється дослідженню творчості особистості. Творчість являє собою процес, зворотній соціалізації. Якщо у процесі соціалізації особистість вбирає у себе багатство світу культури і трансформує у власний світ, то у процесі своєї творчості вона реалізує особисті потенції такої сили і значення.

Теоретико-методологічні обґрунтування проблеми. Питання розвитку творчої особистості вивчалось та продовжує цікавити вітчизняних та західних психологів. Серед них: Г.С. Костюк, З. І.Калмикова, Я. А. Пономарьова, В. О. Моляко, В.М. Дружинін, О. І. Кульчицьк, Т. М. Титаренко, В.В. Клименко, Л. П. Міщиху. Серед західних психологів вагомий внесок є від: З.Фрейда, К.Юнга, Є.Фромма, А. Маслоу, Д.Дьюї, Р. Стернберг, В сучасній психології існує уявлення про особистість як відкриту багатовимірну цілісну систему, що розвивається. Звичайно існує та буде існувати багато досліджень на цю тематику адже це дуже актуально. Н.І. Непомнящая, обстоюючи позицію цілісно-особистісного підходу до вивчення людини, вбачає в творчості форму життя особистості.Науковці, що досліджують природу творчої особистості ставлять питання, що саме відрізняє творчу особистість від інших.Психологи вивчають індивідуально-психологічні особливості творчих людей, соціально-психологічні аспекти розвитку та діяльності творчих людей, особливості продуктів творчої діяльності. Представники гуманістичної психології, вбачаючи в творчості вищу людську потребу, прояв психологічного здоров'я та особистісної інтеграції, розглядають творчу особистість як особистість, що самоактуалізується (А.Маслоу), продуктивну особистість. Згідно з позиціею В.В.Клименко, творчі люди наділені фізичним та душевним здоров'ям, оскільки для роботи механізму творчості мають бути повноцінно задіяні такі компоненти як енергопотенціал, психомоторика та критичність, а це можливо для людей здорових та гармонійних. Водночас, починаючи, з Ч. Ломброзо, ряд науковців дотримуються протилежної точки зору, згідно якої, творчі люди мають проблеми з психічним здоров'ям.

Мета дослідження. Емпірично дослідити вплив особистості на процес творення, чогось якісно нового.

Методика і організація дослідження. Для проведення емпіричного дослідження були використані декілька методів. А саме: теоретичний аналіз наукових джерел; опитування (метод інтерв'ю), біографічний метод. Дослідженням було охоплено творчість 20 сучасних митців, з яких – 12 письменників і 8 художників(досліджувалась творчість як відомих митців, так і починаючих).

Результати дослідження. На основі аналізу формування митця ми виокремили психологічні особливості творчої особистості. Серед психологічних особливостей творчих людей вирізняють: незалежне мислення, свіжість та цілісність сприйняття, інтуїцію, в особистісному аспекті – оригінальність, ініціативність, безпосередність, чесність, працездатність, ентузіазм.Також це є дослідження специфіки перебігу психічних процесів, характерологічні особливості, спрямованість та ціннісно-смислові орієнтації особистості, її прояви на рівні поведінки, спілкування. Є багато позатекстових джерел, що дають інформацію про особистість автора, про його психолого-фізіологічні особливості, час, у якому формувалися його ідеологічні та естетичні погляди. Також використовуються й інші матеріали – щоденники, документи, біографічні довідки, записні книжки. Відбувається узгодження, взаємоперевірка даних з різних джерел. Таким чином створений образ автора наділений високою мірою точності. А кожна, без винятку, особливість художнього мислення автора відображена у його слові. Основне комунікативне навантаження несе в собі зміст

музичного або художнього твору. Твір є інструментом комунікації між автором і реципієнтом.

Висновки. В результаті емпіричного дослідження впливу особистості автора на процес творення чогось нового було виявлено: талановитий художник не заспокоюється, доки не досягне бажаного вираження. Також и талановитий та захоплений письменник не покине роботу доки не досягне свого ідеалу. Стало зрозуміло, що незадоволений творець без жалю може знищити своє твориння. Якщо воно не відповідає його концепту. В цілому, то мистецтво – це трансформація почуттів, комунікація між художником і глядачем, що існує в уяві, тоді, як твір мистецтва означає сам себе і є самоцінним.

Література

1. Ананьев Б.Г. Задачи психологии искусства // Психология художественного творчества: Хрестоматия. - Мн.: Харвест, 1999.
2. Бахтин М. Проблемы речевых жанров // Бахтин М. Литературно- критические статьи. – С. 428.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
4. Бердяев Н.А.Самопознание.-М.,1990. - с. 220–221.
5. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. - М: Издательский центр «Академия», 2002. - 320 с.
5. Большакова А.Ю. Теория автора в современном литературоведении // Известия АН. Серия литературы и языка. – 1998. – Т. 57. – №
5. Брюховецький В. Специфіка і функції літературно-критичної діяльності. – К., 1986.
6. Вернадский В.И. Труды по истории науки в России. - М.: Наука, 1988. - С. 88.
7. Виноградов В. О языке художественной литературы. – М., 1957. – С. 32.

Riasna Katherina
student of the Social pedagogy and psychology faculty
scientific adviser: PhD Ishchuk O.V.

PROBLEM OF AGE PERIODIZATION OF MENTAL DEVELOPMENT

In age psychology, are investigated not only mental processes, but also laws of their emergence and formation. Therefore, one of the main problems of developmental psychology is the problem of age and age periodization of mental development.

The largest achievements in this area are connected with names of such famous scientists of the first third of the XX century, as A. Adler, A. Bine, J. Baldwin, K. Byuler and C. Byuler, A. Gezell, J. Piage, Z. Freud, S. Hall, W. Stern, P. Blonsky, L. Vygotsky, A. Nechayev, etc. In the next years the contribution to understanding of various aspects of mental development of the person was made as domestic scientists B. Ananyev, L. Bozovic, P. Galperin, V. Davydov, A. Leontyev, M. Lisina, A. Luriya, A. Petrovsky, S. Rubenstein, D. Elkonin and so on.

The purpose of this article - to consider the questions concerning approaches to a development periodization, and also concept about age.

Problems of work: to consider definition of the concept "age"; to consider problems of a periodization of mental development; to consider a periodization of mental development of D.B. Elkonin.

L.S. Vygotsky in work "An age problem" (1932 - 1934.) analyzes ontogenesis as regular process of change of stable and critical age. The scientist defines the concept "age" through idea of a social situation of development - the specific, unique relation between the child and the reality surrounding it, first of all social. The social situation of development, according to L.S. Vygotsky, leads to formation of age new growths. The ratio of these two categories - a social situation of development and a new growth - sets dialectic nature of development in ontogenesis. [1]

In 1971 in the article "To a Problem of a Periodization of Mental Development at Children's Age" D.B. Elkonin generalizes ideas of driving forces of children's development, being guided by the theory of activity. A condition of development is the system "the child - society". The age for

the first time is presented consistently in logic of activity approach. D.B. Elkonin says that the main mechanism of change of the age periods of development is the leading activity.

Studying problems of an age periodization of development, the modern domestic psychology relies on the basic principles: principle of historicism, biogenetic principle, principle of the analysis of development [2]

In the analysis of literature, it is possible to allocate the main problems of an age periodization of mental development: problem of organic and environmental conditionality of mental and behavioural development of the person; influence of training and education on development of children.

Conclusion. At the moment there are many theories that study the development periods, however, the question of periodization still has no definite solutions. Modern psychologists pay attention to the new trends of social life in post-industrial information age, which significantly affects the mental development of man. The end of XX - beginning of XXI century is characterized by the destruction of the stable age-specific reference points and the boundaries of the traditional periods of life, events - milestones increasingly are individuated in time and space.

REFERENCES

1. Выготский Л.С. Педагогическая психология. -М., 1991.
2. Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.:Питер, 2001. — 656 с.: ил. — (Серия «Учебник нового века»).

СЕКЦІЯ «ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ»

Бакаленко Анна
студентка 4 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. психол. н., доц. Мосол Н. О.

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ТИПИ ТЕМПЕРАМЕНТУ» У ЗАГАЛЬНООСВІТНІЙ ШКОЛІ

Психологія все більше входить в наше життя, стає ближче, зрозуміліше і потрібніше для значної кількості людей. Психологічні знання та навички потрібні кожному, адже вони допомагають нам краще розуміти себе та інших, поліпшити стосунки. Психологічні знання та навички потрібні в усіх сферах – у спілкуванні, праці, вихованні, міжособистісних стосунках, ефективній самоорганізації часу, постановці життєвих цілей. Саме тому актуальним є вивчення базових психологічних знань у загальноосвітній школі.

Метою вивчення «Основ психології» у школі є теоретичне і практичне оволодіння знаннями і методами побудови спілкування і взаємодії з людьми в різних умовах їх життєдіяльності, набуття комунікативних навичок та вмінь, необхідних для успішного навчання в школі; навчання з використанням ігрових прийомів та методів; виховання в учнів ціннісного ставлення до себе, культури пізнання власного внутрішнього світу – думок, переживань, станів, намірів, прагнень, цілей, життєвих перспектив, ідеалів, цінностей, ставлень.

Сучасні вимоги до формування психологічної грамотності школярів актуалізують пошук та розробку нових інтерактивних форм роботи. Метою нашого дослідження було визначити методику викладання теми «Типи темпераменту» в загальноосвітній школі.

Під час педагогічної практики було апробовано методику проведення практичного заняття з використанням інтерактивних технологій навчання на тему «Типи темпераменту людини» для учнів шостого класу. Метою уроку було розширення знань школярів про темперамент та його типи, мотивація учнів до використання психологічних знань у власному житті.

Заздалегідь підготовлені наочні засоби – зображення людей, їх реакції та поведінка – дозволили організувати бесіду зі школярами. Учні проаналізували поведінку та різну реакцію людей на одну і ту ж ситуацію та дали відповіді на питання вчителя: «Як ви думаєте,

чому так відбувається? Від яких якостей людини залежать її реакції?», зазначивши, що активність та емоційність людини залежать від типу його темпераменту.

Психолог продовжує заняття поданням теоретичних відомостей: визначенням поняття «темперамент» та характеристикою типів темпераменту.

За Н. Ліфарєвою, «темперамент – це природжені якості людини, що обумовлюють динамічні характеристики інтенсивності й швидкості реагування, ступеня емоційної збуджуваності і врівноваженості, особливості пристосування до навколишнього середовища» [1, с.87].

Використання мультимедійної презентації, підготовленої психологом, дозволило долучити учнів до активного обговорення типів темпераменту: «сангвінік – людина із сильною, зрівноваженою, жвавою нервовою системою; флегматик – людина із сильною, зрівноваженою, але інертною нервовою системою; холерик – людина, нервова система якої визначається перевагою збудження над гальмуванням; меланхолік – людина зі слабкою нервовою системою, яка має підвищену чутливість навіть до слабких подразників, а сильний подразник може викликати в неї зрив, розгубленість» [2]. Після аналізу запропонованої навчальної інформації учні заповнили у зошитах таблицю «Типи темпераменту», використовуючи роздатковий матеріал з характеристиками кожного типу темпераменту та визначаючи їх позитивні та негативні якості.

У процесі виконання тесту «Вивчення темпераменту» (методика Г. Айзенка) учні визначили власний тип темпераменту, що сприяло формуванню усвідомленню власних індивідуально-типологічних особливостей [3]. Тест на вивчення темпераменту невеликий за обсягом і нескладний в обробці, але він дозволяє кожному учню краще розібратися в особливостях своєї природної конституції. Після виконання тесту і його інтерпретації, психологу необхідно відповісти на питання школярів і дати установку на розвиток. Далі психолог запропонував школярам об’єднатися у групи за типами темпераменту. Завданням кожної групи стало створення колажу про свій тип темпераменту, в якому необхідно відобразити основну суть людини певного темпераменту, її позитивні та негативні якості, можливі інтереси, професію. Робота над колажем розвиває комунікативні навички, навички співпраці, творчі здібності, креативність. Психологу необхідно активно допомагати невпевненим учням, щоб вони також змогли брати участь в колективній роботі.

Презентація кожною групою колажів стала своєрідним підсумком проведеного заняття. Школярі отримали домашнє завдання: написати міні-твір за результатами психодіагностики «Хто я? Який я?»

Це заняття складне і насичене в плані теоретичної інформації. Школярі розвивали навички аналізу і самоаналізу на прикладі співвідношення особливостей нервової системи з типами темпераменту. Тема заняття була обрана так, що учні змогли розвивати комунікативні навички, аналітичне мислення, активність і рефлексивні здібності. Отже, інформація про типи темпераменту розширила знання учнів про психологію людини, у них з’явилася мотивація для використання психологічних знань у власному житті. Матеріал заняття та використання інтерактивних технологій навчання сприяли вихованню у школярів інтересу до свого внутрішнього світу і формуванню активної життєвої позиції, культури спілкування, почуття відповідальності, колективізму і співпереживання; вдосконаленню навичок групової роботи.

Література

1. Психологія особистості: Навчальний посібник [Текст] / Н. В. Ліфарєва. – К. : ЦУЛ, 2003. – 240 с.

2. Психологія : Навчальний посібник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ebk.net.ua/Book/psychology/vinoslavska_psihologiya/zmist.htm

3. Личностный опросник EPI (методика Г. Айзенка) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.vashpsixolog.ru/psychodiagnostic-school-psychologist/69-diagnosis-emotional-and-the-personal-sphere/175-questionnaire-eysenck-teens

Богатир Діана
студентка 2 курсу фак-ту фізичного виховання
Наук. кер.: к. пед. н., доц. Голованова Т.П.

УКРАЇНСЬКА КОЗАЦЬКА ПЕДАГОГІКА ЯК ДЖЕРЕЛО ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

На сучасному етапі розвитку українського суспільства велика увага приділяється відродженню духовних істин. Це зумовлює необхідність дослідження української козацької педагогіки.

Отже, мета даної статті полягає у дослідженні української козацької педагогіки як джерела фізичного виховання особистості.

Козацька педагогіка – це частина української народної педагогіки, яка формувала у підростаючих поколінь синівську любов до рідної землі, готовність її захищати від чужоземних загарбників, високу національну свідомість та самоідентифікацію, а також глибоку духовність [1, с. 76] .

Дослідження показує, що такі видатні педагоги, як Мирослав Стельмахович, Василь Сухомлинський, Василь Зеньковський багато уваги приділяли українській козацькій педагогіці.

Як писав відомий дослідник української народної педагогіки Мирослав Стельмахович: «В українців слово «виховання», очевидно пішло від «ховати», тобто «заховати» (уберегти) від небезпеки, смерті, хвороби, «лихих» очей, поганих впливів. Згодом воно набуло узагальненого змісту, виражаючи процес систематичного впливу на суспільний розвиток, формування світогляду, духовного світу й моральної поведінки дітей та молоді» [2, с. 46].

В історичній проекції Василь Зеньковський показав, що «козацька педагогіка – система поглядів на навчання і виховання, що традиційно склалася у середовищі українських козаків на Запорізькій Січі, яка є складовим елементом народної педагогіки» [4, с. 271].

Василь Сухомлинський стверджує, що актуальність теми полягає в необхідності козацького виховання на відновлення кращих своїх здобутків у практиці тіловиховання і духовності сучасної молоді. «Успіх буде гарантовано за умови творчого підходу до практичної реалізації теоретичних узагальнень потреби відновлення на високому рівні козацького гарту, тіловиховання і гармонійного розвитку молоді» [3, с. 57- 58].

Козацька система освіти і виховання мала вигляд чотирьох чітко окреслених ступенів. Перший ступень – це дошкільне виховання у родині. На цьому ступені дітям прищеплювались основні моральні та етичні цінності, як повага до батьків, до старших взагалі, любов до праці, милосердя. В цей час дитина отримувала перші знання про навколишній світ та народну культуру. Другий ступень поєднував родинну педагогіку з навчанням та вихованням у численних козацьких школах. На третьому ступені була вища освіта у колегіумах, академіях, університетах. Четвертий ступінь козацької педагогічної системи складав дійсну військову службу на Січі в козацьких формуваннях. На цьому етапі молодь поглиблювала своє фізичне та психічне загартування, розвивала патріотичну та громадянську освіту [5, с. 98].

Отже, відродження ідейно-морального, соціально-педагогічного, історико-культурного змісту козацької епохи і виховних традицій славнозвісного козацтва – необхідна умова фізичного виховання особистості.

Перспектива подальших досліджень полягає у розгляді шляхів впровадження козацької педагогіки у навчально-виховний процес сьогодення.

Література

1. Українська козацька педагогіка. Концепція. Під ред. Ю.Д. Руденка. – Міністерство освіти України. – 1992 р. – 227 с.
2. М. Стельмахович Мудрість народної педагогіки. – К.: Знання, 1971. – 48 с.

3. Сухомлинский В. А. Воспитание и самовоспитание // Советская педагогика . – 1965. – №2 . – С. 57 – 58 .
4. Верховский С. С. Василий Зеньковский // «Новый Журнал». – 1962. – № 70. – С.271 – 285.
5. Довідник з історії України, у 3-х тт. за ред. І. Підкови та Р. Шуста. – Київ: Генеза, 1995 р. – 132 с.

Величко Наталія
студентка 1 курсу магістратури, фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

ОСОБЛИВОСТІ ГОТОВНОСТІ ПЕДАГОГА ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ

Інтерес до проблем вдосконалення освіти зростає у всьому світі. Освіта все більше постає як сфера конкуруючих концепцій, як свого роду «виробництво освіченості», в якому, як і в інших виробництвах, використовуються сучасні наукомісткі технології, інформаційні продукти, кваліфіковані фахівці. Стаючи центральним феноменом культури, освіта все більше орієнтується на затвердження сутнісного особистісного начала в людині.

Якщо розглядати навчання у як цілісний процес розвитку особистості суб'єкта навчання в сенсі формування стійкого інтересу до пізнання, бажання та вміння самостійно вчитися; долати труднощі, самовдосконалюватися і самореалізовуватися як особистості, то особистісно-орієнтований підхід є одним із найефективніших способів вирішення цих непростих завдань [1].

Особистісно-орієнтованому підходу до навчання присвячено низку психолого-педагогічних праць, у яких висвітлено погляди науковців на різні аспекти цієї проблеми: дослідженню умов реалізації особистісно-орієнтованого підходу в процесі навчання та виховання присвячені роботи В. Рибалки, І. Якиманської; на дослідження і розробку форм особистісно-орієнтованого підходу до навчання спрямовані зусилля В. Андреєва, І. Зимньої, О. Савченко; теорію та практику особистісно-орієнтованого навчання історії в школі досліджувла О. Турянська.

Готовність педагога до реалізації особистісно-орієнтованого підходу передбачає оволодіння їм такими операціями як діагностика особистісних властивостей і функцій учнів; постановка цілей особистісного розвитку учнів на основі вивчення їх індивідуально-особистісного потенціалу; проектування новоутворень в особистісній сфері суб'єктів навчання, характерних для певного етапу онтогенезу, для конкретного культурного простору [2].

Особистісно-орієнтований підхід передбачає відмову педагога від традиційної монологічної методики з її установками «передати, навіяти, прищепити». Така установка в кращому випадку може забезпечити «передачу» орієнтовної інформації, знань, але зовсім «не працює» на рівні цінностей, смислів, потреб, моральних норм. Їх присвоєнню сприяє педагог, створює ситуацію самоствердження вихованця, допомагає учню реалізувати, виявити, розкрити себе. Останнє можливо у момент самоствердження, самопідтримки, спільного добування істини. Такі умови створюються в ситуації діалогу.

Взаємодія на рівні діалогу передбачає наявність специфічного міжсуб'єктного простору, в якому перетинаються індивідуальні смисли і цінності. Саме навчання будується тут як поле діалогічних взаємодій на різних рівнях: на рівні формального діалогу; на рівні змістовного діалогу; на рівні особистісно-смислового діалогу.

Розвиток готовності викладача до здійснення особистісно-орієнтованого підходу ґрунтується на актуалізації глибинних механізмів його соціокультурної орієнтації з перетворенням мотиваційних та операційно-виконавчих структур його діяльності. Реалізація особистісно-орієнтованого підходу в умовах загальноосвітньої школи вимагає і адекватних йому особистісних якостей педагога – емпатійності, захопленості, толерантності,

інтелігентності, комунікабельності, ставлення до тих, хто навчається як до унікальної особистості, адаптивності, професійної відповідальності, самостійності та рефлексії.

Для викладачів, що орієнтуються на особистісний підхід у навчанні, характерні спрямованість на самореалізацію, задоволення потреби в самоствердженні, рефлексії, вироблення власної індивідуальної технології навчання. Ядром же їх професійної позиції виступає особливий особистісно-орієнтований стиль педагогічного мислення, оволодіння яким проявляється як своєрідність «зміщення» установок педагога з змістовно-процесуальних аспектів навчального спілкування на ціннісно-смислові. Оскільки особистісно-орієнтований підхід передбачає спілкування педагога і учнів не лише на рівні «значень», але і «смислів», то для здійснення такого підходу велика роль власної мотивації педагога, усвідомлення ним самоцінності своєї праці.

Для того, щоб педагог міг здійснювати педагогічну діяльність, він також має володіти знаннями та вміннями з психолого-педагогічних дисциплін: вміти виділяти суттєве, класифікувати поняття, вирішувати освітні та виховні завдання, знати виховні можливості змісту національної освіти. Це вимагає специфіки підготовки педагога, якому належить реалізувати свій професійний та особистісний потенціал у закладах освіти.

Отже, в реалізації особистісного орієнтованого підходу особлива роль належить педагогу як людині культури, що керується в навчально-виховному процесі наступними установками: подачею інформації з позиції «Ми» (діалогу); співробітництвом; педагогічною підтримкою суб'єктів навчання; стимулюванням діяльності учнів з освоєння національно-культурних цінностей, смислів і т.д.

Література

1. Горбатюк О. Забезпечення умов успішного функціонування системи особистісно-орієнтованого навчання студентів вищих навчальних закладів / О. Горбатюк // Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. – 2013. – Ч. 1. – С. 42-47.

2. Чобітько М.Г. Формування особистісно орієнтованої професійної позиції майбутнього вчителя / М.Г. Чобітько // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. – 2003. – Вип. 2. – С. 155-164.

Гапонова В.
студентка 1 курсу магістратури фак-ту СПП
Наук. кер: к.пед.н., доц. Козич І.В.

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ КОЛЕДЖУ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЇХ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Необхідність оновлення змісту професійної освіти на компетентнісній основі продиктована входженням країни в світовий освітній простір, підвищені вимоги роботодавців до якості підготовки спеціалістів. Ідею компетентнісного підходу можна сформулювати так: компетентнісно-орієнтована освіта спрямована на комплексне засвоєння знань та способів практичної діяльності. Введення цього поняття в нормативну й практичну складові освіти дає можливість вирішити проблему, коли студенти можуть добре оволодіти набором теоретичних знань, але мають певні труднощі в діяльності, що потребують використання цих знань для вирішення конкретних завдань чи проблемних ситуацій.

Актуальність компетентнісного підходу (Ю.В. Варданян, Н.В. Матяш, А.К. Маркова) в сучасній освіті обгрунтовується:

- очевидністю того, що нове тисячоліття вимагає від молодої людини професійної мобільності;
- особливою соціокультурною ситуацією, яка спонукає молодих спеціалістів до засвоєння нових соціальних ролей, підвищенню персональної відповідальності за результати праці в колективі.

Іншими словами, в успішно працюючих організаціях існує своя культура, яка допомагає досягти позитивних результатів. Її називають організаційною культурою.

Організаційна культура розуміється дослідниками як система цінностей та норм, які підтримуються співробітниками соціальної організації та визначають їх організаційну поведінку. Цілеспрямоване формування організаційної культури як фактора соціальної та професійної мобільності майбутнього фахівця повинно здійснюватися раніше, а саме в процесі їх професійної підготовки в навчальному закладі.

Спектр організаційної культури, яку приносить людина в організацію, широкий, однак важливу роль в її розвитку відіграє організаційна комунікація. Під цим терміном ми розуміємо обмін повідомленнями для контролю виконання робіт, надання допомоги, взаєморозуміння в організації.

Організаційна комунікація впливає на виконання організаційних завдань та мотивацію колектива.

До ключових компетенцій, найбільш важливих для адаптації випускників освітніх установ на ринку праці, належать: соціальна, інформаційна, комунікативна компетенції.

Особливо слід виділити комунікативну компетенцію, оскільки вона є однією із передумов ефективної взаємодії суб'єктів професійної діяльності. Хоча комунікативна компетенція активно вивчається, але недостатньо розроблені методики її формування, які відображали б специфіку професійної діяльності.

З середини 90-х років XX століття під комунікативною компетенцією розуміється вміння комунікантів здійснювати свою вербальну те невербальну поведінку відповідно завданням спілкування. Більшість організацій та їх підрозділи використовують особливий стиль мови, як засіб ідентифікації членів організації з її культурою або субкультурою. Вивчаючи його, члени організації свідчать про своє сприйняття цієї культури й таким чином допомагають її зберегти.

Відсутність комунікативної компетенції ускладнює спілкування, тобто вміння встановлювати контакти, підтримувати діалог, вибирати оптимальний стиль спілкування в різних ділових ситуаціях.

Від того, наскільки розвинена компетенція спеціалістів, залежать:

- діагностика творчого потенціалу працівників, стимулювання та підтримка творчих зусиль співробітників;
- становлення комунікативного простору взаємодії суб'єктів демократичного управління;
- створення ситуацій особистісного та професійного саморозвитку спеціалістів;
- морально-психологічний клімат в установі, ефективність виконання працівниками доручень та їх задоволеність своєю працею.

Для успішного формування комунікативної компетенції студентів коледжу можна запропонувати три шляхи, які реалізуються в навчальній та позанавчальній діяльності.

Перший шлях – впровадження в навчальні програми коледжу спеціальних навчальних предметів спрямованих на розвиток комунікативної компетенції.

Так, в Торезькому коледжі ДонДУУ на спеціальностях «Фінанси» та «Маркетинг» викладається ряд дисциплін, які розвивають комунікативну компетенцію студентів, виходячи з особливостей обраної ними спеціальності. До таких дисциплін належать «Етика бізнесу», «Культура наукової мови», «Культура ділового професійного спілкування» та інші.

В ході практичних занять з цих дисциплін можна створювати нестандартні ситуації, які готують майбутніх спеціалістів до професійної діяльності.

Другий шлях вдосконалення комунікативної компетенції – це прогнозування навчальної та професійної діяльності, тобто оволодіння прогностичною компетенцією. Прогностична компетенція повинна формуватися як складова частина комунікативної компетенції.

Прогностична компетенція передбачає вміння майбутніх спеціалістів прогнозувати свою навчальну та майбутню професійну діяльність, визначати цілі, здійснювати планування

й проектування. Можна збудувати дві технології розвитку компетенції: індуктивну й дедуктивну. В індуктивній технології формування прогностичної компетенції починається з демонстрації, тобто зразків діяльності по прогнозуванню. Потім узагальнюються окремі зразки в модель. Модель оформлюється графічно й використовується як опора для прогнозування. Після цього здійснюється тренування вмінь прогнозувати. Дедуктивна технологія починається з роз'яснення правила та надання моделі прогнозування. Потім правило та модель ілюструються конкретними зразками діяльності. Кінцевою ланкою в технології є тренування.

Третій шлях вдосконалення комунікативної компетенції успішно реалізується у позанавчальній діяльності. Це метод проектів, який можна розглядати як спосіб організації самостійної діяльності студентів коледжу, інтегруючих в себе презентативні, рефлексивні, пошукові, дослідницькі методики.

Таким чином, формування комунікативної компетенції при підготовці майбутнього спеціаліста в системі освіти має велике значення, тому що представлена компетенція забезпечує активність, ініціативність, вміння конструктивно вирішувати конфліктні ситуації. А саме ці характеристики забезпечують успішність та конкурентоспроможність молодого спеціаліста на ринку праці.

Література

1. Базолева Г.В. Профессиональная компетентность специалиста / Г.В. Базолева //Профессиональное образование. – №1. - 2005. – С.26-25.
2. Иванова Н.В. Профессиональная компетентность как условие конкурентоспособности выпускника на рынке труда/ Н.В. Иванова// Профессиональное образование. - №1. – 2005. – С.32- 34.
3. Рубцова Л.Н. Метод проектов как средство формирования ключевых компетенций/ Л.Н. Рубцова//Профессиональное образование. - №1. – 2006. – С.13-16.
4. Хуторской А.В. Ключевые компетенции: Технология конструирования образования/ А.В. Хуторской//Народное образование. - №2. – 2003. – С.55-58.
5. Чаплыгина И.В. Ключевые компетенции в среднем профессиональном образовании/ И.В. Чаплигина// Профессиональное образование. - №3. – 2005. – С.6-8.

Гришак Олександра, Кащєнко Матвій
студенти 2 курсу філологічного ф-ту
Наук. кер. : к. психол. н., доц. Мосол Н.О.

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ ЗАЛЕЖНОСТІ ШКОЛЯРІВ

У зв'язку із масовим використанням цифрових технологій в суспільстві актуальною стає проблема Інтернет-залежності. Інтернет виступає важливим фактором соціалізації дітей та підлітків. Школярі складають особливу групу користувачів Інтернету, а через те, що їх емоційно-вольова сфера та саморегуляція ще не сформовані, вони легше потрапляють у залежність.

Проблему комп'ютерної залежності досліджують психологи, педагоги, соціологи, лікарі. В Україні феномен Інтернет-залежності та особливості діагностики, профілактики та корекції досліджували Т.Больбот, Т.Вакуліч, Т.Карабін, В.Посохова, Л.Юр'єва та інші.

Діагностика схильності до Інтернет-залежності і виявлення групи ризику відіграє важливу роль у своєчасній профілактиці та корекції залежності. Для цього необхідно мати надійні діагностичні методики.

Ми провели дослідження серед учнів середньої та старшої ланки 2-х шкіл. Метою нашого дослідження було виявлення рівня Інтернет-залежності серед школярів 7-11 класу. Було використано опитувальник А.В. Тончевої «Діагностика кіберкомунікативної залежності» та тест Л.Н Юр'євої. і Т.Ю. Больбот «Спосіб скринінгової діагностики комп'ютерної залежності». Загалом в опитуванні прийняли участь 97 школярів Новоолександрівської ЗОШ та ЗОШ № 33 м. Запоріжжя.

Опитувальник А.В. Тончевої «Діагностика кіберкомунікативної залежності» розроблений на виявлення рівня кіберзалежності, він складається з 20 питань, складених на основі ознак Інтернет-залежності [1]. Результати за тестом Тончевої (48 осіб) демонструють, що 68,75% мають низький рівень залежності, 25% – середній рівень , а 6,25% мають високий рівень кіберкомунікативної залежності. При цьому найбільш високий рівень залежності діагностується у учнів 7-8-х класів. Слід зазначити, що велика кількість школярів не користується Інтернетом та соціальними мережами надмірно. Проте троє з 48-ми мають високий ступінь залежності – це перший сигнал про можливу небезпеку та про те, що потрібно вживати профілактичні заходи. В другій школі (ЗОШ № 33 м. Запоріжжя) серед опитуваних високий рівень залежності виявлено не було.

Також було проведено тест Л.Н Юр'євої. і Т.Ю. Больбот «Спосіб скринінгової діагностики комп'ютерної залежності»[2]. Результати опитування школярів Новоолександрівської школи продемонстрували, що 7 опитуваних мають нульовий ризик залежності (14,58%), 23 мають стадію захоплення (47,92%); 15 мають першу стадію залежності (31,25%) та 3 мають другу стадію залежності (6,25%). Такі дані загалом свідчать про достатньо повільний, але впевнений розвиток Інтернет-залежності серед учнів школи, тому вони потребують вживання профілактичних засобів. В групі ризику передусім учні 7-го та 8-го класу.

В школі м. Запоріжжя 25 опитуваних мають нульовий ризик залежності (42,37%), 23 мають стадію захоплення (38,98%), 9 мають першу стадію залежності (15,25%) та жоден з опитуваних не має другої стадії залежності.

В ході дослідження був проведений аналіз поширення Інтернет-залежності серед школярів. Було виявлено, що переважна кількість учнів має низький та середній рівень залежності, проте є школярі, які надмірно захоплюються Інтернетом. В групу ризику потрапляють передусім учні 7-го та 8-го класів. Дослідження також зафіксувало, що учні сільської школи демонструють вищий рівень Інтеренет-залежності, можливо, через обмеження в організації дозвілля та у способах самореалізації. Крім того, результати опитування показали, що більшість школярів не вважає себе залежними від користування комп`ютером, проте кіберзалежність (передусім спілкування у чатах) значно виокремлюється від інших видів Інтерент-залежності. На нашу думку, це є свідченням можливого виходу даної адикції на новий рівень й утворення нею іншого родового різновиду залежності, який має власну специфіку та проблематику.

Література

1. Тончева А. Діагностика кіберкомунікативної залежності [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://cyberleninka.ru/article/n/diagnostika-kiberkommunikativnoy-zavisimosti.pdf
2. Юрьева Л.Н. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика: Монография / Л.Н. Юрьева, Т.Ю. Больбот. – Днепропетровск: Пороги, 2006. – 196с.

Долинюк Оксана
студентка 1 курсу магістратури фак-ту СПП
Наук. кер: к.пед.н., доц. Козич І.В.

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ «МЕНТАЛЬНИХ КАРТ» В ПЕДАГОГІЧНІЙ ПРАКТИЦІ

Актуальність теми. В основу сучасного соціокультурного простору освіти покладено такі характеристики, як інноваційність та інтегрованість. Актуалізація питання готовності педагогів до інноваційної діяльності потребує постійного творчого зростання та самовдосконалення кожного педагога на основі розуміння ролі особистості в навчанні, яка реально має стати суб’єктом пізнання, навчання, освоєння досягнень культури людства. Це є умовою ефективності сучасного освітнього процесу, спрямованого на забезпечення умов для

формування особистості шляхом привласнення здобутків національної та загальнолюдської культури [2].

Актуальність даного дослідження зумовлена потребою пошуку таких науково-педагогічних засад організації освітнього процесу, які були б середовищем особистісного та професійного розвитку. Одним із ефективних шляхів розв'язання цього завдання є побудова освітнього процесу на інтеграційних засадах на основі використання інтелектуальних «ментальних» карт.

Метою дослідження є презентація ефективного методу застосування інтелектуальних «ментальних» карт у плануванні і організації освітнього процесу та оптимізації навчально-пізнавальної і творчої діяльності всіх його учасників.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі задачі:

- дослідити детальніше термінологічні визначення та історичні аспекти даного методу;
- перевірити ефективність застосування «метальних карт» в плануванні і організації навчального процесу;
- визначити та обґрунтувати методичні рекомендації щодо застосування ментальних карт в педагогічній практиці.

Об'єктом дослідження є інтелект-карти, як засіб використання в педагогічній практиці.

Предмет дослідження – методики створення і застосування інтелект-карт в організації та плануванні навчального процесу.

Цінність використання методу інтелектуальних карт у роботі:

- насамперед, створення таких карт допомагає відобразити не лише поверхові, видимі взаємозв'язки понять та явищ, що стосуються певної теми. Значно важливішим є осягнення глибинних взаємозв'язків - філософських, соціально-культурних тощо. Карта-схема орієнтує педагога на осмислення, розкриття взаємозв'язків понять із життєвими ситуаціями;
- зміст карт реально відображає принцип інтеграції змісту освіти. Використання цього методу дає можливість творчого опрацювання будь-якої теми, можливість варіативності в поєднанні як змісту пізнання, так і форм організації навчальної діяльності;
- наявність вже готової інтелект-карти значно полегшує планування, тобто визначення змісту навчально-пізнавальної діяльності. Це і є той «стрижень», якого так часто не вистачає в конкретній практичній діяльності педагога.
- в освітньому менеджменті інтелект-карти можуть стати методом викладання навчальних курсів, збільшити ефективність тренінгів і навчання в рамках підвищення кваліфікації. Вони можуть використовуватися при проведенні групових заходів — як засіб організації роботи, а також при підготовці публічних виступів та презентацій. Інтелектуальні карти — це ідеальне рішення для планування і підведення підсумків будь-якого дослідження чи при реалізації проектних робіт.
- інтелект-карти винятково корисні для людей із «нездатністю» з тієї чи іншої причини до навчання. Тобто, такі структурно-логічні схеми є однозначно ефективним методом в інклюзивній освіті [3].
- інтелект-карти можуть бути і своєрідним психологічним інструментарієм. Вони використовуються для самоаналізу, для аналізу і вирішення міжособистісних проблем, при веденні щоденника, складанні планів.

Висновки. Інтелект-карти можуть стати невід'ємною складовою освітнього процесу. Цей метод сприяє інтелектуальному пошуку і розвитку, виробленню нових систем поглядів, забезпечує реалізацію засад інтегрованої освіти, відображаючи системність і цілісність знань, у середньому на 10-15% покращує запам'ятовування і обробку інформації людиною, є своєрідною технікою мислення та засобом творчого розвитку особистості. Як зазначає Тоні Бьюзен, інтелект-карти «підвищать вашу компетентність, внесуть у ваше життя більше радості, впорядкованості та задоволення» [1].

Література
1. Бьюзен Т. Супермышление / Т. Бьюзен; пер. з англ. Е. А.Самсонов. – 2-е изд. - Мн.: Попурри, 2003. – 140 с.
2. Кіндрат І. Використання інтелектуальних карт у плануванні та організації освітнього процесу [Електронний ресурс] / І. Кіндрат - Режим доступу: http://www.stattionline.org.ua/pedagog/106/19935-vikoristannya-intelektualnix-kart-u-planuvanni-ta-organizaci%D1%97-osvitnogo-procesu.html
3. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.eduwiki.uran.net.ua/wiki/index.php?title=%D0%9A%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8_%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%8C

Драгомерецька Анастасія
студентка 2 курсу фак-ту фізичного виховання
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Голованова Т.П.

ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

У Концепції державної цільової соціальної програми патріотичного виховання населення на 2013-2017 роки зазначається, що актуальність патріотичного виховання зумовлюється процесом формування в Україні єдиної політичної нації. Сьогодні дуже гостро постає проблема патріотичного виховання молоді, а особливо студентів університету. У педагогічній науці патріотичне виховання є достатньо дослідженим питанням. Водночас актуальним завданням педагогіки постає активне вивчення студентами університету національно-культурної спадщини українського народу.

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні проблеми патріотичного виховання студентів університету в контексті української педагогічної спадщини.

Вирішуючи цю проблему, ми спирались на роботи таких педагогів, як: К.Ушинський, В.Сухомлинський. У своїх роботах вони значну увагу приділяли вихованню любові до своєї землі, рідної мови, формуванню національної самосвідомості.

Почуття Батьківщини у кожної людини починається зі спогадів про дитинство та виховання в сім'ї, саме звідси бере початок таких вираз як «народна педагогіка», що позначає сукупність знань та навичок виховання, що передаються в етнокультурних традиціях та в стійких формах спілкування. Цей термін ввів К. Ушинський, від вважав, що фольклор - є блискавичним засобом розкриття національної самобутності та формуванню патріотичних почуттів. Також він казав, що ідея народності поєднується з принципами моральності й гуманності [1, с.87]. У педагогічній системі К. Ушинського важливе місце посідає вчення про мету виховання, що визначалося ним як підготовка людини до життя та праці, як формування у людини почуття обов'язку перед народом та виховування у людини патріотизму. У вихованні дітей він видає значне місце сім'ї та вважає украй необхідним родинне виховання. Найпершим обов'язком громадянина та батька сім'ї є виховання громадян, корисних для суспільства, — вважає педагог. У своїх роботах К.Ушинський дає глибокий аналіз виховання в дусі народності. Термін «народність» він пояснює як своєрідність кожного народу, яка зумовлена його історичним розвитком та іншими умовами життя [1. с.47]. Народність – це національна самобутність народу і корініться вона, на думку вченого, перш за все, у характері народу. Головним засобом народного виховання повинна бути культура в цілому, але мова займає головне місце, бо саме вона має найбільш сильний духовний вплив на розвиток людини, писав він у своїх працях.

Ідею народної педагогіки у своїх роботах підтримав В. Сухомлинський який вважав, що національне виховання без патріотизму немислиме. Термін «патріотичне виховання» В. Сухомлинський визначав, як почуття, в якому органічно переплітаються любов до Вітчизни з її народом, природою традиціями та культурою, почуття любові, вірності, поваги до своєї держави. Треба зазначити, що патріотизм – це любов до своєї Батьківщини, відданість своєму народу, гордість за свій народ, прагнення захистити його надбання, продовжити

примноження його загальнолюдських і національних морально-духовних цінностей. Як зазначав педагог: «виховання громадянина патріотом – це гармонія розуму, думки, ідей, почуттів, духовних поривів, вчинків» [2. с.157-160].

Проведений аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми свідчить про те, що у своїх творах К. Ушинський, В. Сухомлинський визначне місце відводили проблемі патріотичного виховання, а саме: любові до Батьківщини, до рідної мови, до свого народу; повазі до історичного минулого; формування національної свідомості.

Перспективи досліджень в цьому напрямі повинні бути пов'язані з пошуком нових методів патріотичного виховання майбутнього вчителя фізичної культури, який має здійснювати патріотичне виховання учнів.

Література

1. Сухомлинський В.О. Як виховати справжню людину// Вибр. твори: В 5ти т. – К.: Рад. школа, 1976. – Т. 2. – С. 198.
2. Ушинський К.Д. Про народність у громадському вихованні/ Вибрані педагогічні твори: у 2 т. / К., 1983. – Т. 1. – С. 301.
3. Голованова Т.П. Теоретичні та практичні аспекти патріотичного виховання студентів // Неперервна освіта нового сторіччя: досягнення та перспективи : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Запоріжжя, 2015 р. – Режим доступу : http://konfkaftmv.blogspot.com/p/blog-page_18.html.

Ізмайлова Катерина
студентка 2 курсу фак-ту фізичного виховання
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Голованова Т.П.

ФОРМУВАННЯ ОЗДОРОВЧОЇ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Стан здоров'я сучасних студентів - одна з найактуальніших педагогічних проблем сьогодення. Першочерговим завданням діяльності педагогічних колективів навчальних закладів має стати орієнтація студентської молоді на усвідомлення цінності власної фізичної культури, як якості особистості, розуміння потреби у здоровому способі життя. Незважаючи на те, що даній проблемі приділяється певна увага, реальний стан здоров'я молоді залишається на недостатньому рівні.

Мета статті полягає у дослідженні педагогічних засад формування оздоровчої фізичної культури студентів вищого навчального закладу.

Як вказує Т.Ю. Круцевич, «фізична культура - важлива частина загальної і професійної культури особистості фахівця, що забезпечує фундамент його фізичного, духовного добробуту та успіху у виробничій діяльності» [1, с.256]. Т.Ю. Круцевич зазначає, що «мета фізкультурної освіти - задовольнити об'єктивну потребу студентів у засвоєнні систем спеціальних знань, набутті професійно значущих умінь і навичок» [1 с.220]. Виходячи з цього, мета фізичного виховання у вищих навчальних закладах - сприяти підготовці гармонійно розвинених висококваліфікованих фахівців.

У роботі Ф.В. Мамичкіної досліджуються проблеми формування стійкої звички до самостійних занять фізичними вправами. Ефективність формування оздоровчої фізичної культури студентів вищих навчальних закладів буде більш ефективною за умов: оновлення завдань, змісту і форм організації роботи з формування фізичної культури; формування в студентів переконання у значущості цінності фізичного здоров'я для майбутнього особистого і професійного життя; здійснення систематичного діагностування рівня сформованості фізичної культури з використанням спеціальних критеріїв для її оцінювання. Свої функції, які формують і розвивають особистість, фізична культура реалізує через систему фізичного виховання. В основу навчально-виховного процесу повинно бути закладено системний характер освіти, виховання і професійної підготовки майбутніх

фахівців, у яких проявляється цілісність формування світогляду, трудового, фізичного виховання [2, с.23].

У своїх роботах Вітвицька С.С. зазначила - що сьогодні вирішення проблеми оздоровчого фізичного виховання студентів у вищому навчальному закладі приділяється значна увага, але при цьому дослідження ведуться в напрямку вирішення вузьких задач [3, с.316].

Всі ці роботи вносять значний внесок в розширення можливостей вирішення приватних завдань, але вирішити проблему можливо лише використовуючи системний підхід. До розгляду складного процесу фізичного виховання треба підходити з позиції системності. Саме під час занять фізичною культурою відбувається усвідомлення важливості дотримання основних здоров'язберігаючих принципів. Тільки за допомогою постійного фізичного вправляння можна досягти збільшення активності організму та розвинути його фізичний потенціал.

Як вважає Соколенко Е.И. - варто звернути увагу на високу кваліфікованість педагога, який на заняттях фізичної культури має не тільки контролювати фізичні показники розвитку студентів, а й мотивувати їх на формування здорового способу життя, самовиховання й самовдосконалення у процесі навчання [4, с.157].

Проведений аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми свідчить про те, що, до педагогічних засад формування фізичної культури відносять принципи, зміст, форми, методи, розглядають чинники формування здорового способу життя студентської молоді. Перш за все, до розгляду складного процесу фізичного виховання треба підходити з позиції системності, враховувати особистісні потреби студентів. Важливо, щоб викладачі робили акцент на вправах оздоровчого характеру, та широко використовували форми позаурочної роботи; розробляти методичне забезпечення системи фізичної культури студентів.

Література

1. Круцевич Т.Ю. Теорія і методика фізичного виховання, Том 2, Київ: Олімпійська література, 2012. - С. 256; 220.
2. Мамичкіна Ф.В. Аспекти оптимізації процесу фізичного виховання у ВНЗ // Теорія і практика фізичної культури. - 1996. - № 1. - 23 с.
3. Вітвицька С.С. Основи педагогіки вищої школи / С.С Вітвицька. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 316 с.
4. Соколенко Е.І. Ціннісне ставлення до здоров'я як педагогічна проблема / Е. І. Соколенко // Фізичне виховання студентів творчих спеціальностей. - 2006. - № 4. - 157 с.

Корнєва Аліна
магістр спец. ПВШ ф-ту СПП
Наук. кер.: к. філос. н., доц. Іванова Л.С.

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ ПЕРШОКУРСНИКІВ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

Сьогодні освіта є системоутворюючим фактором суспільного розвитку. Ця соціальна система упорядковує в своїх межах випадковий вплив, перетворює його в стійкі форми знання про світ, повторювані форми поведінки, формує традиційну систему цінностей, що дає можливість подальшого розвитку суспільства. Безперечно, що саме освіта і виховання закладають моделі діяльності людини в майбутньому, духовну складову цієї діяльності.

Умови для самостійності студента в освітньому процесі ВНЗ створюють різноманітність і вибір методів та форм організації діяльності, роботу в громадських молодіжних організаціях, різноманітна позааудиторна, культурно-дозвіллєва діяльність, психологічна і соціальна служби ВНЗ. Пріоритет внутрішнього потенціалу розвитку студента-першокурсника призводить до його права самостійно здійснювати вибір і нести за нього відповідальність [2, с. 102]. Проте, для ефективного самовизначення, недостатньо

надати студенту свободу вибору. Потрібно, щонайменше, навчити студента-першокурсника вибирати, допомогти йому розібратися в суті проблемної ситуації, виробити план рішення і зробити перші кроки.

Одним із раціональних напрямів індивідуалізації навчання стає створення і вдосконалення адаптивних систем підготовки фахівців, які пристосовують навчально-виховний процес до індивідуальних особливостей учнів, організовує їх індивідуальне просування за навчальними програмами.

Визначення поняття «адаптація» у філософії (від латинського adapto – пристосування) розуміється як процес пристосування системи до умов зовнішнього і внутрішнього середовища. Адаптацією іноді називають і результат такого процесу, як наявність у системи пристосованості до деякого фактору середовища [5, с. 9]. Процес адаптації включає в себе не тільки оптимізацію функціонування організму, але і підтримку збалансованості в системі «організм-середовище» [1, с. 37].

Аналізуючи проблему чинників психолого-педагогічної адаптації студентів-першокурсників до вищого навчального закладу, можна виділити побудову навчальної діяльності як сукупності навчальних цілей, сформованих з урахуванням дій учнів, використання відповідних конкретним навчальним цілям стандартизованих, головним чином, електронних навчальних матеріалів, що програмують діяльність учнів і дозволяють їм працювати у власному темпі без допомоги викладача. Крім того, повинні бути присутніми діагностичне тестування і відповідна корекція навчально-педагогічної діяльності, а також незалежність окремих закінчених етапів навчальної послідовності, що дозволяє диференціювати програму і результати навчального процесу.

Розглядаючи об'єктивні і суб'єктивні критерії адаптації, необхідно відзначити продуктивну діяльність і реальне становище в колективі кожного її учасника, показником якої є професійно-кваліфікаційний ріст (для студентів – успішність), а також авторитет, як соціальна реальність, відбиває стійке визнання членами групи пріоритету особистості в будь-якому вигляді діяльності; і задоволеність особистості (усвідомлення чи ні), ставлення до різних аспектів і умов діяльності та спілкування, а також ставлення особистості до себе самої [3, с. 62].

Застосовуючи поняття «адаптація» до навчальної діяльності, можна відзначити, що вона є процесом зміни параметрів і структури в логіко-лінгвістичній моделі учня і вироблення відповідних навчальних впливів на основі інформуючої (контрольної) інформації з метою досягнення директивного заданого стану учня.

Процес психолого-педагогічного супроводу студента-першокурсника у ВНЗ представляється у вигляді структурної моделі, де основними компонентами є: ступінь адаптованості студентів-першокурсників, ціннісно-орієнтовні мотиви вибору професії та функціонально-індивідуальні якості особистості, що взаємопов'язані між собою і приводять до аналізу та систематизації отриманих результатів, а також висувають вимоги до подальшого планування психологічної та педагогічної допомоги студентам-першокурсникам [4, с. 89].

Навчальна діяльність в період адаптації студентів-першокурсників до освітнього процесу вищої школи будується з урахуванням її науково-теоретичного характеру, де основними компонентами виступають: пізнавальні мотиви, навчальні завдання та навчальні дії.

Література

1. Гершунский Б.С. Философия образования для XXI века (В поисках практико-ориентированных образовательных концепций) / Б.С. Гершунский. – М.: Изд-во «Совершенство»,1998.– 608 с.

2. Педагогіка вищої школи: навчальний посібник / З.Н. Курлянд, Р.І. Хмелюк, А.В. Семенова та ін.; за ред. З.Н. Курлянд. –2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2005. – 399 с.

3. Плотникова О.І. Важливість вивчення індивідуальних особливостей першокурсників у період дидактичної адаптації / О.І. Плотнікова // Рідна школа. – 2001. – №10. – С. 62-64.
4. Скрипник В.Д. Особливості перебігу та самосприйняття соціально-психологічної адаптації студентів-першокурсників / В.Д. Скрипник // Психологія і суспільство. – 2005. – №2. – С. 87-93.
5. Философский словарь / под ред.- И.Т. Фролова. – М.: Политиздат, 1991. − 576 с.

Лазько Алла
Студентка 4 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.:доктор пед..наук, професор, Локарєва Г. В.

ТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДІТЕЙ ІНДИГО

В науковому світі феномен здібностей підростаючого покоління до будь-якого виду діяльності завжди викликала інтерес як педагогів, так і психологів. Здібності визначають як шлях розвитку особистості, так і сам розвиток прогресу в цілому. На практиці такі діти завжди викликали інтерес в суспільстві, їх називали вундеркіндами, тобто дітьми, які були визнані освітньою системою вищими в рівні інтелектуального розвитку від своїх однолітків. Число дітей з надзвичайними здібностями останніми роками зростає.

На сучасному етапі з'явилося нове поняття – діти «індиго», яке з'явилося в кінці 70-х років. Ненсі Енн Тепп проводила дослідження з виявлення надзвичайних здібностей дитини в Державному університеті в Сан-Дієго, працюючи з їхньою аурою. Результати цих досліджень були приголомшеними — у деяких дітей була помічена аура незвичайного темно-синього кольору, (кольору індиго), в той час як у більшості дітей аура має золотий колір. Коли вчені почали ретельніше вивчати особливості цих дітей, то вони виявили:

По-перше, їх імунна система набагато сильніша, ніж у звичайних дітей, і пояснюється це зміненим ДНК; по-друге, в психологічному плані вони мають більш сильніший психотип, ніж їхні однолітки; по третє, у них яскраво виражені лідерські здібності, вони завжди чітко знають, чого хочуть і не підкоряються певним правилам. Деякі вчені впевнені, що діти індиго — це представники нової раси, які прийшли у світ, щоб його змінити, удосконалити і навіть врятувати від руйнування.

Сьогодні про індиго знято багато фільмів і написано багато книг, але жодного наукового доказу існування кольорової аури людини науково не доведено.

Лі Керол і Джен Тоубер визначили суттєві характеристики дітей індиго:

Ці діти в ранньому віці починають вирішувати життєві завдання без допомоги дорослих; вони не стримують своїх емоцій, висловлюють вголос те, що думають, або навпаки, замикаються у своєму внутрішньому світі;мають дуже розвинене почуття власної гідності, високу але не завищену самооцінку; мають добре розвинений інтелект, мислять досить нестандартно, часом ставлячи оточуючих у глухий кут своїми висловлюваннями; не визнають ніякого авторитету, будь то батьки чи вчителі, мають на все свою думку, яку готові відстоювати; дуже творчі натури з різнобічними інтересами.

Всі ознаки цих здібних особистостей психологи відносять більше до звичайної гіперактивності, яку мають сьогодні більшість дітей. Однією з проблем індиго є синдром дефіциту концентрації уваги - такий діагноз часто ставлять дітям, яких неможливо втримати на місці і чимось зацікавити.

Феномен дітей індиго досліджений не до кінця. Їх здібності багатогранні, але для того, щоб вони змогли реалізувати себе, принести користь суспільству – необхідно створити сприятливі умови для їх розвитку і приймати цих обдарованих природою дітей такими, як вони є, не намагаючись переробити за загальним шаблоном.

На практиці доведено, що іноді батьки або педагоги, під час випадків, коли діти виходять з під контролю - часто підкреслюють феномен індиго, пояснюючи це тим, що обдарована дитина – це дитина некерована, норовлива, непокірна.

Творчий потенціал – це можливості, надані людині природою, він є фундаментом внутрішніх сил, основою самореалізації особистості. Якщо у звичайної людини частина якостей, які обумовлюють його потенціал, формується генетично (частина – в період дитячого розвитку, а інша складова з'являється в різні періоди людської життєдіяльності), то діти індиго ще в самому ранньому дитинстві дивують оточуючих високим рівнем свого потенціалу.

Дітям індиго необхідно надати простір для творчості, дати можливості реалізувати себе і використовувати свій потенціал в будь-якій сфері діяльності на користь людства. «Якщо потяг до творчості не отримує реальної підтримки, виникає потяг до руйнування. Психологічне напруження таке сильне, що якщо людина не може поєднати себе зі світом в акті творчості, то зароджується спонукання до усунення та руйнування світу. Альтернатива явна – творити або руйнувати» (Еріх Фромм).

Важко цим дітям і в нинішніх школах, програми яких розраховані на звичайних дітей. У нашій системі освіти вже багато говорять про індивідуальний підхід в навчанні та вихованні, але поки що це тільки перші кроки, не здатні повністю задовольнити надздібних учнів. Шаблонна програма заганяє індиго в жорсткі рамки, чим відбиває бажання до подальшого розвитку і навчання.

Незважаючи на високий інтелект та творчу обдарованість, багато людей з синьою аурою мають проблему взаємодії з навколишнім середовищем, зазвичай вони почувають себе самотніми і незрозумілими. Тому потрібно з самого дитинства створити в родині атмосферу любові та розуміння, щоб дитина індиго у будь-якій складній ситуації відчувала підтримку близьких людей.

Отже, проблема виховання, розвитку дитини «індиго» залишається актуальною, сучасною, вона вимагає ретельного дослідження з метою розробки ексклюзивного педагогічного підходу і методів виховання такої неординарної, творчої дитини.

Література

1. Дети индиго - кто это такие? / Подгот. С. Левшинова // Наука и религия : Научно-популярный журнал. - 2006. - N6. - С. 40-42 . - ISSN 0130-7045
2. Діти індиго - діти майбутнього? // Завуч. - 2006. - №34 . - С. 11-12

Мезенець Юлія
студентка магістратури ф-ту СПП
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Голованова Т.П.

ГЕНДЕРНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ КОЛЕДЖУ В ПОЗАНАВЧАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Новітні трансформаційні процеси у світовій спільноті і в нашій державі, початок ери повноправності буття жінки та чоловіка потребують глибшого осмислення соціально-психологічних механізмів набуття зростаючою особистістю гендерної ідентичності як передумови повноцінної реалізації Я-жінки та Я-чоловіка. Процес гендерного виховання молоді відбувається найбільш ефективно під час професійного навчання під впливом навчально-виховних факторів, що інтенсивно впливають на формування егалітарної свідомості студентської молоді.

Аналіз реальної практики засвідчив, що на даний час не існує продуктивного досвіду процесу гендерного виховання студентів коледжу, що потребує пошуку науково обґрунтованих теоретичних положень щодо можливостей впливати на процес гендерного виховання студентів в позанавчальній діяльності, що й зумовлює актуальність даного дослідження.

Мета статті полягає у досліджені теоретичних засад дослідження гендерного виховання студентів в позанавчальній діяльності.

Проблемне поле вчених у галузі дослідження гендерного виховання доволі об’ємне. Проблемні питання тією чи іншою мірою відображено в роботах С. Бем, Ш. Берн,

Т. Говорун, Т.Дороніної, І. Кльоциної, Г. Лактіонової, О. Луценко, В. Романової, Л. Харченко, Н.Шабаєвої.

У теоретико-методологічному плані особливого значення набувають роботи, присвячені гендерним аспектам виховання: (О. Болотська, І. Іванова, В. Кравець, О. Цокур), формуванню гендерної культури взаємовідносин статей (О.Васильченко, О. Кізь, О. Кікінежді, П. Терзі та ін.), впровадженню гендерного підходу в навчально-виховний процес (Т.Голованова, І. Мунтян, О. Луценко, Н. Приходькіна, Л. Штильова та ін.).

У ході аналізу теорії та практики з досліджуваної проблеми було виявлено суперечність між об'єктивною потребою в гендерній спрямованості системи освіти та недостатнім теоретичним і методичним розробленням змісту, форм та методів гендерного виховання студентів коледжу в позанавчальній діяльності. Виявлення вищеозначеної суперечності, недостатня теоретична розробка цієї проблеми, а також посилення ролі гендерного виховання у позанавчальної діяльності студентів зумовили вибір теми магістерського дослідження: «Гендерне виховання студентів коледжу в позанавчальній діяльності».

Об'єкт дослідження – процес гендерного виховання студентської молоді. Предмет дослідження – педагогічні умови, що забезпечують ефективність гендерного виховання студентів в позанавчальній діяльності коледжу.

Сутність гендерного виховання полягає в тому, щоб допомогти студентам подолати стереотипні орієнтації лише на свою стать, привчати їх розуміти і адекватно сприймати поєднання традиційно жіночих і чоловічих позитивних якостей в одній людині, як – от: самостійність, впевненість, сміливість і чуйність, турбота і тактовність, що є цінними і корисними рисами для особистостей двох статей, а не тільки для однієї з них.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що ефективність гендерного виховання студентів коледжу в позанавчальній діяльності можливо підвищити, якщо змістовно розробити та впровадити у виховний процес коледжу такі педагогічні умови:

- обґрунтування, структуризація характеристик понять, які будуть впроваджені у зміст позаурочної діяльності: «гендерне виховання», «гендерна роль», «гендерні стереотипи», «гендерна ідентичність», «гендерна рівність», «гендерний підхід»;
- активні залучення студентів до інноваційних форм і методів сучасного гендерного виховання, в основі яких інтерактивні технології: діалогові, ігрові, проектні методи.

Література

1. Дороніна Т.О. Теоретико-методологічні засади ґендерної освіти та виховання учнівської молоді: Монографія / Т.О.Дороніна; НАПН, Інститут вищої освіти, КДПУ, МОНСМ України.- Кривий Ріг: Видавничий дім, 2011. -331 с.
2. Кікінежді О.М. Формування ґендерної культури молоді: проблеми та перспективи // Шлях освіти. - 2004. - № 1. - С.27-29.
3. Голованова Т. П. Технології соціально-педагогічної роботи з формування гендерно-чутливого середовища вищого навчального закладу : / Т. П. Голованова // Формування у молоді гендерно-відповідальної поведінки (на прикладі українських ВНЗ) : навчальний посібник - збірник кращих практик / за заг. ред. Н. Світайло. – Суми, 2013. – С. 56-61. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://gender.at.ua/_ld/2/203_forming.pdf

Растворов І.А.
студент 1 курсу магістратури, фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ У СТУДЕНТІВ МЕДИЧНОГО КОЛЕДЖУ

Актуальність. В сучасних умовах інформаційно-технологічного прогресу і ринкової економіки, суттєво розширюються вимоги до професійної освіти, що відповідає світовим тенденціям неперервної освіти. Входження в європейський і світовий освітній, інформаційний й трудовий простір вимагає від випускників сучасних навчальних

професійних закладів швидкої орієнтації на ринку праці, що постійно змінюється, тобто формування професійної мобільності [1, 3].

Мета. Виділити чинники, що обумовлюють професійну мобільність майбутніх медичних працівників, представити компоненти цієї мобільності.

Виклад основного матеріалу. Професійна мобільність поєднує здатність і готовність особистості досить швидко й успішно оволодівати новою технікою і технологією, набувати знання та уміння, які забезпечують ефективність нової професійно-орієнтованої діяльності; рухливість особистості, спроможність її до динамічного нарощування власного ресурсу, до швидкого пересування, змін; ознаку кар'єрного розвитку індивіда; процес переходу індивіда з однієї професійної позиції чи групи в іншу [1, 3].

Професійна мобільність майбутніх медичних працівників – це інтегрована якість особистості, що характеризується стійкою мотивацією до професійної медичної діяльності, активністю та ініціативністю в оволодінні загальних і специфічних медичних знань і навичок, їх використанням у конкретних професійних ситуаціях, усвідомленістю покладеної на них відповідальності і соціальної значущості їх роботи, психологічної готовності до діяльності та спроможності до визначення найбільш адекватної форми поведінки в конкретних умовах конкуренції на ринку праці, яка потребує формування в процесі навчання [2].

Структура професійної мобільності майбутніх медичних працівників містить три компоненти: соціологічний, психологічний та економічний, які, у свою чергу, складаються зі здатностей, передбачених освітньо-кваліфікаційною характеристикою, якостей, необхідних для професійно мобільного медика; і двох груп факторів: об'єктивних – технічних, економічних, організаційних і соціальних, та суб'єктивних – ставлення індивіда до професійної мобільності, обумовлене його потребами, інтересами, ціннісними орієнтаціями [2].

За П.Сорокіним [4] розрізняють горизонтальну і вертикальну, висхідну і низхідну професійну мобільність. Для медичного працівника горизонтальна мобільність пов'язана з переходом з одного відділення чи медичного закладу до іншого без зміни посади, соціального статусу, підвищенням компетентності й ефективним використанням особистісних якостей у професійному розвитку, здатності до саморозвитку в конкретних професійних умовах, що змінилися.

Вертикальна мобільність пов'язана з підвищенням або зниженням соціального статусу. Висхідна мобільність – це перехід до більш високого положення з більшою конкурентоспроможністю і професійною адаптацією, збільшенням частки отриманих соціальних благ, більш повною професійною реалізацією. Низхідна професійна мобільність супроводжується втратою професійного статусу, що пов'язано як з ситуацією на ринку праці, так і з особистістю індивіда (припинення підвищення освітнього рівня, слідкування за останніми тенденціями розвитку медицини).

Формування професійної мобільності можливо оцінити за чотирма компонентами: мотиваційним, когнітивним, комунікативним, рефлексивним [1].

Адекватна і сформована мотивація вибору професійної діяльності істотно впливає на успішність професійного навчання і на її продуктивність.

Когнітивний компонент характеризує професійну компетентність і складається зі знань професійної діяльності та умінь застосовувати отримані знання на практиці.

Комунікативний компонент полягає в міжособистісної комунікації та міжособистісному сприйнятті та є передумовою спрямованості на спілкування, інтересу до людей, емпатії, які необхідні для роботи в медицині.

Рефлексивний компонент професійної мобільності – здатність до самореалізації і співпраці, до самовираження і адекватної оцінки власної ролі у виконанні спільних завдань.

Висновки. Чинниками, що впливають на формування професійної мобільності майбутніх медичних працівників є визначена мотивація вибору професійної діяльності, отриманий рівень професійних знань та вмінь, здатність до якісного їх застосування в

процесі роботи, розвинута схильність до міжособистісного спілкування й толерантності, свідомість у контролюванні результатів своєї діяльності і рівня власного розвитку, особистісних досягнень, усвідомлення відповідальності та соціальної значущості своєї роботи.

Література

1. Іванченко Є. А. Професійна мобільність майбутніх фахівців / Є. А. Іванченко. – О.: Просвіта, 2004. – 120 с.
2. Колісник-Гуменюк Ю. І., Гуменюк В. В. Особистісна характеристика медичного працівника // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. – 2015. - № 1-2 (42-43). – С. 72-77.
3. Пилецкая Л. С. Профессиональная мобильность личности: новый взгляд на проблему // Молодой ученый. – 2014. - № 2. – С. 693-697.
4. Сорокин П. А. Социальная мобильность / П. А. Сорокин. – М.: Akademia, 2005. – 588 с.

Ратнікова Марія
магістр спец. ПВШ ф-ту СПП
Наук. кер.: к. філос. н., доц. Іванова Л.С.

СПЕЦИФІКА ГОТОВНОСТІ ПЕРШОКУРСНИКІВ ДО АДАПТАЦІЇ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Сьогодні освіта є системоутворюючим фактором суспільного розвитку. Ця соціальна система упорядковує в своїх межах випадковий вплив, перетворює його в стійкі форми знання про світ, повторювані форми поведінки, формує традиційну систему цінностей, що дає можливість подальшого розвитку суспільства. Безперечно, що саме освіта і виховання закладають моделі діяльності людини в майбутньому, духовну складову цієї діяльності.

Питання особистісного розвитку студента і формування його готовності до майбутньої професійної діяльності є ключовими в теорії та практиці вдосконалення роботи сучасного вищого закладу [2, с. 62].

У сучасній психолого-педагогічній літературі досить часто зустрічається розведення понять «психологічна», «соціально-психологічна», «науково-педагогічна», «професійна» готовність, яка є одним з найважливіших компонентів адаптації. Одні автори розглядають «готовність» як більш широке поняття і в її рамках виділяють психологічну готовність [3, с. 276], інші бачать зворотній зв'язок (у рамках психологічної готовності розглядають професійну готовність [5, с.74], треті представляють їх як два самостійних види готовності, що розглядаються на особистісному і на функціональному рівні [4, с. 62].

Соціально-психологічна готовність, яка є істотним компонентом професійної готовності як певної системи, володіє всіма найважливішими властивостями цілого, але у зв'язку з власною специфікою має ряд особливостей. А рівень розвитку соціально-психологічної готовності як елемента професійної готовності проявляється в успішності професійної діяльності.

Як відомо, метою і результатом соціально-психологічної підготовки професіонала є досягнення ним стану психологічної готовності до даного виду трудової діяльності, де психологічна готовність являє собою прояв емоційного і усвідомленого відображення професійної діяльності.

Необхідно виділити науково-педагогічну готовність, як суму знань студента-першокурсника, яка проявляється через теоретичну діяльність. Вона заснована на розвиненому мисленні і пов'язаних з ним внутрішніх діях (уміннях), а критеріальними показниками науково-педагогічної готовності є аналітичні, прогностичні та проективні уміння.

Науково-педагогічна готовність складається з мотиваційного, когнітивного, операційного компонентів і проявляється вона зовні спостережуваними вміннями: організаторськими та комунікативними. Критеріальними показниками служить ступінь сформованості відповідно мобілізаційних, інформаційних, розвиваючих умінь, а також перцептивних і комунікативних умінь [1, с. 94].

Аналізуючи отримані дані, ми прийшли до висновку, що успішна адаптація студентів-першокурсників, а також формування особистості фахівця (у плані його соціального становлення) буде проходити найбільш ефективно, використовуючи продуктивну організацію спільної діяльності викладача та студента.

Така діяльність покликана забезпечити формування та розвиток необхідних соціально-значущих якостей особистості, перебудові особистісних позицій студентів, зміна їх ціннісних установок, смислових орієнтирів, перехід на новий рівень засвоєння діяльності. Організація спільної продуктивної діяльності при цьому передбачає виконання таких вимог як: включення з самого початку студентів у творчу продуктивну діяльність; спільного планування учнями і викладачами системи проміжних задач, необхідних для руху до наміченого результату; співробітництво у навчальній діяльності, в якій кожен учасник міг би визначити свій внесок, орієнтуючись на значний її бік.

Певні рівні готовності до адаптації (низький, середній, високий) студентів-першокурсників до вищі, під час пошукової роботи, показали необхідність подальшої роботи в реалізації педагогічних умов. Причому, зміст роботи зі студентами, що перебувають на низькому рівні має на увазі всі напрямки діяльності, включаючи завдання середнього та високого рівня і, відповідно, робота зі студентами, які знаходяться на середньому рівні готовності включає в себе зміст діяльності і завдання, поставлені для більш високого рівня.

Література

1. Бойко І.І. Психологічна адаптація підлітка до нових умов навчання // Психологія. зб. наук. праць. – К.: НПУ., 1999. – Вип. 2. – С. 92-96.
2. Дябел Л.І. Соціальна адаптація студентів-першокурсників до умов педагогічного університету / Л. І. Дябел // Соціальна робота в Україні: теорія і практика. – К., 2004. - № 2(7). – С. 61-67.
3. Зарубінська І.Б. Формування соціальної компетентності студентів вищих навчальних закладів (теоретико-методичний аспект): монографія / І.Б. Зарубінська. – К.: КНЕУ, 2010. – 348 с.
4. Плотникова О.І. Важливість вивчення індивідуальних особливостей першокурсників у період дидактичної адаптації / О.І. Плотнікова // Рідна школа. – 2001. – №10. – С. 62-64.
5. Слоботчиков И.М. Переживание одиночества в контексте проблем психологической адаптации студентов психолого-педагогических вузов / И.М. Слоботчиков // Психологическая наука и образования. –2005. – №4. – С. 71-77.

Сімічева Юлія
студентка 1 курсу магістратури, фак-ту СПП
Наук, кер.: к.пед.н., доц. Козич І.В.

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПЕДАГОГА ВИЩОЇ ШКОЛИ

За останні десятиліття в сучасному суспільстві відбулися кардинальні зміни Ці зміни стосуються не лише стилю і образу життя людей, але також поглядів на освіту і виховання. В світлі цих перетворень на перше місце виступила особистість людини як центр суспільної системи і саме розвиток цієї особистості –першочергове завдання освітнього процесу. В таких умовах виникає необхідність формування нового типу педагога , його професійного іміджу.

Проблема дослідження процесу формування педагогічного іміджу викладача ВНЗ турбує багатьох науковців протягом останніх років. До них відносяться такі вітчизняні вчені,

як Калюжний А.А., Кузін Ф.А., Гузій Н.В., Подоляк Н.Г., Почепцов Г.Г., Горчакова В.Г., Демчук Т.П. і багато інших. Вони намагалися визначити сутність поняття «імідж» і розкрити його структуру, а також вивчали імідж педагога як інтегральну характеристику його особистості. Дослідники розглядали іміж як багатоманітну та багатофункціональну складну систему яка не може бути виключена з понятті «педагогічна майстерність», бо є його невід'ємною частиною.

Метою статті є поглиблення уявлень про поняття іміджу педагога вищої школи та шляхи його формування в умовах сучасності.

Імідж викладача – це імідж, характерний для кожного викладача як особи. До нього входять індивідуально-особові характеристики, фізичні дані, установки викладача, самооцінка, зовнішній вигляд. До змісту індивідуального іміджу педагога ставляться деякі стійкі комунікативні установки, очікування та вимоги суспільства як до партнера зі спілкування в освітній взаємодії [4; 13]. Будучи гармонійною сукупністю вищезазначених характеристик, імідж педагога сприяє побудові ефективного навчально-виховного процесу у вищому навчальному закладі шляхом налагодження педагогічного спілкування з колективом студентів та колег-викладачів.

Імідж викладача передбачає, в першу чергу, його інтелектуальну, мовну, зовнішню культуру та поведінкові характеристики особи. Ці елементи не можуть існувати розрізнено, вони мають доповнювати одна одну , складаючи загальне враження про педагога в очах його оточення. Процес формування професійного іміджу викладача вищої школи є довготривалим і складним. Він може відбуватися як природним шляхом, в процесі здобуття певних знань і засвоєння культури поведінки в процесі начальної підготовки, розвитку і формування навичок мовної культури, тощо, так і шляхом цілеспрямованої діяльності з боку самого викладача чи його колег або керівництва [2; 85].

Формування іміджу розглядається як процес, метою якого є забезпечення позитивного ставлення соціуму до особистості педагога. Спроби створити собі імідж – це спосіб самовиховання, розуміння своїх можливостей. Роботу з формування іміджу можна уявити у вигляді наступної моделі: визначання вимог групи, сильних і слабких сторін особистості, формування образу , переведення потрібних характеристик особи у вербальну, візуальну та процесуальну форму [3, 59]. Дана модель реалізується на практиці з використанням новітніх технологій педагогічного співробітництва та методів індивідуального самовдосконалення особистості.

На основі типової моделі формування педагогічного іміджу вченими були визначені конкретні етапи даного процесу, до яких відносять: сприйняття образу на основі якого буде будуватися цілісний імідж, аналіз інформації та уявна корекція сприйнятого образу у відповідності до ідеального образу, використання (примірювання, програвання) окремих елементів бажаного іміджу, «вживання» в образ, привласнення та індивідуалізація обраного (бажаного) образу. Успішність реалізації даних етапів залежить від особистості педагога, його реального образу. Етапи можуть бути пролонговані в часі але це не впливає на ефективність реалізації концепції вцілому.

Отже, професійний імідж педагога вищої школи є складним багато структурним явищем, ступінь сформованості якого детермінує ставлення до викладача з боку оточення а також успішність реалізації ним педагогічної взаємодії з метою досягнення цілей навчально-виховного процесу. Формування іміджу залежить від багатьох компонентів, але, в першу чергу, від бажання самого викладача.

Література

1. Зінченко, В. Імідж учителя, або психологія одягу / В. Зінченко // Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід. – 2008. – № 4. – С. 85–86.

2. Исенко С. Имидж и коммуникативная культура экспертов в сфере образования // Народное образование. – 2007. - №8. – с.115-125.

3. Попова О. И. Имидж преподавателя: проблема самореализации в образовательном взаимодействии / О. И. Попова // Педагогическое образование в России. – 2001. – № 4. – С. 13–19.

Тодорова Тетяна
студентка 1 курсу магістратури, фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

РОЛЬ ГУМАНІСТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ФОРМУВАННІ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА

Побудова демократичного українського суспільства вимагає належного педагогічного керівництва процесом виховання підростаючого покоління, що зумовлює одне з пріоритетних завдань вищої школи – якісне вдосконалення фахової підготовки майбутніх учителів. Пріоритетним напрямом державної політики щодо розвитку освіти є формування системи національних і загальнолюдських гуманістичних цінностей як духовної основи молодого покоління.

Мета статті – висвітлити теоретичні аспекти проблеми гуманістичних цінностей у педагогічній науці, розкрити їхній зміст структуру.

Гуманістичний напрямок, який поступово формувався в педагогічній науці, передбачав приєднання людини до вищих морально-духовних цінностей за допомогою виховання. У вихованні особистості важливе місці належить загальнолюдським, національним та гуманістичним цінностям. У широкому розумінні загальнолюдські цінності співпадають з гуманістичними – мир, свобода, рівність, краса, добро, гідність. Вони є єдині для всіх національних культур. Але виходячи з тлумачення гуманізму як системи ідей і поглядів на людину як найвищу цінність, за основу слід брати позитивне діяльнісно-активне ставлення до людини.

Проблема гуманістичних цінностей в сучасній педагогічній науці активно вивчається останні десятиріччя. Визначенню пріоритетних цінностей освіти і виховання приділяється велика увага в дослідженнях І.Д. Беха, Л.П. Бойка, М.Й. Боришевського, Г.Г. Ващенка, П.Р. Ігнатенка, Н.С. Розова, О.В. Сухомлинської, І.Г. Чеснової.

До компетентності сучасного спеціаліста має входити усвідомлення тих цінностей освіти, які він виховує під час навчально-виховного процесу. Для цього педагог повинен чітко уявляти в найбільш спрощеній формі класифікацію таких цінностей. Цінності освіти можна розглядати як гуманістичні педагогічні цінності (універсальні базові, цінності спілкування, культури), підґрунтям яких є загальнолюдські цінності.

Система гуманістичних цінностей в сучасній освіті становить трьох компонентну структуру, яка складається з: універсальних, базових гуманістичних педагогічних цінностей; цінностей педагогічного спілкування; цінностей, що визначають педагогічну культуру [1].

Поняття “гуманістичні цінності” є значно ширшим ніж поняття “гуманістичні педагогічні цінності”, яке конкретизує спрямованість на педагогічну діяльність. Проте успішна педагогічна діяльність ґрунтується саме на гуманістичних педагогічних цінностях, які складають основу особистісних ціннісних орієнтацій вчителя.

У процесі формування особистості педагога загальні гуманістичні цінності мають знаходити своє відображення в гуманістичних педагогічних цінностях. Так піклування знаходить своє відображення в фасилітації, толерантність – в педагогічному такті, емоційній стабільності, свобода – в вільній поведінці особистості, педагогічній творчості [2].

Гуманістичні цінності, це перш за все, позитивне активно-діяльне ставлення до людини, тому людяність виявляється та закріплюється у протидії жорстокості, несправедливості, критичному ставленні до своїх чеснот. В гуманістичних педагогічних цінностях протидія жорстокості та несправедливості проявляється у моральності, відповідальності, а критичне ставлення до своїх чеснот – у самовдосконаленні, розвитку інтелекту, моральному впливі знань.

Вища школа має допомогти майбутньому фахівцю виділити сукупність базових гуманістичних цінностей, що будуть визначати професійний напрямок, координувати його соціокультурну поведінку, зумовлювати специфіку стосунків з учнями.

Отже, процес формування гуманістичних цінностей майбутнього педагога можна розглядати як науково обґрунтовану систему організації і стимулювання активної діяльності студентів, що базується на таких педагогічних умовах, які забезпечують розвиток усіх компонентів гуманістичних цінностей.

Література

1. Григорьева-Голубева В.А. Становление гуманистических ценностей педагога.(в аспекте языковой личности): дис. … доктора пед. наук: 13. 00. 01 / Григорьева-Голубева Виктория Аркадьевна. – Санкт Петербург, 2002. – 493 с.
2. Бех І.Д. Виховання особистості: в 3 кн. / І.Д. Бех. – К.: Либідь, 2003. – Кн.1 : Особистісно-орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади. – 277 с.

Хачікян Белла
студентка 1 курсу магістратури фак-ту СПП
Наук. кер: к.пед.н., доц. Козич І.В.

ІНТЕРАКТИВНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ У ВНЗ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ІННОВАЦІЯ

Актуальність обраної теми визначена наступним: сьогодні перед внз стоїть завдання - створити сприятливі умови для організації навчальної діяльності так, щоб забезпечити особистісно-орієнтоване навчання при найбільшій мотивації навчання і максимальному збереженні здоров'я кожного студента . Одним з варіантів вирішення даної проблеми є широке впровадження в освітній процес інтерактивних методів навчання.

Мета дослідження: дати визначення поняття "інтерактивні технології" та розглянути класифікацію інтерактивних технологій.

Інтерактивні методи навчання є одним з найважливіших засобів вдосконалення професійної підготовки студентів у вищому навчальному закладі.

Інтерактивні методи (від англ. Interaction - взаємодія, вплив один на одного) - методи навчання, засновані на взаємодії учнів між собою.

Інтерактивне навчання - це спеціальна форма організації, пізнавальної діяльності, спосіб пізнання, здійснюваний у формі спільної діяльності студентів. Всі учасники взаємодіють один з одним, обмінюються інформацією, спільно вирішують проблеми, моделюють ситуації, оцінюють дії інших і свою власну поведінку, занурюються в реальну атмосферу ділового співробітництва з вирішення проблеми. Одна з цілей полягає у створенні комфортних умов навчання, таких, при яких студент відчуває свою успішність, свою інтелектуальну спроможність, що робить продуктивним сам процес навчання.

Інтерактивна діяльність на заняттях фокусується на п'яти основних елементах: позитивна взаємозалежність; особиста відповідальність; сприяння взаємодія; навички спільної роботи; робота в групах.

Інтерактивний означає здатність взаємодіяти або перебувати в режимі бесіди, діалогу з чим-небудь (наприклад комп'ютером) або ким-небудь (людиною). Отже, інтерактивне навчання - це, перш за все, діалогове навчання, в рамках якого здійснюється взаємодія.

Паніна Т. С. та Вавилова Л. Н. виділяють наступні загальні результати і ефекти інтерактивного навчання наступні загальні результати і ефекти інтерактивного навчання:

1. Інтерактивні методи навчання дозволяють інтенсифікувати процес розуміння, засвоєння і творчого застосування знань при вирішенні практичних завдань. Ефективність забезпечується за рахунок більш активного включення учнів в процес не тільки отримання, але і безпосередньо («тут і тепер») використання знань.

2. Інтерактивне навчання підвищує мотивацію і залученість учасників у вирішенні обговорюваних проблем, що дає емоційний поштовх до подальшої пошукової активності учасників, спонукає їх до конкретних дій, процес навчання стає більш осмисленим.

3. Інтерактивне навчання формує здатність мислити неординарно, по-своєму бачити проблемну ситуацію, виходи з неї; обґрунтовувати свої позиції, свої життєві цінності; розвивати такі риси, як уміння вислуховувати іншу точку зору; вміння співпрацювати, вступати в партнерське спілкування, виявляючи при цьому толерантність і доброзичливість по відношенню до своїх опонентів.

4. Інтерактивні методи навчання дозволяють здійснити перенесення способів організації діяльності, отримати новий досвід діяльності, її організації, спілкування, переживань. Інтерактивна діяльність забезпечує розкриття нових можливостей учнів, є необхідною умовою для становлення та вдосконалення 4компетентностей через включення учасників освітнього процесу в осмислене переживання індивідуальної та колективної діяльності для накопичення досвіду, усвідомлення і прийняття цінностей.

5. Використання інтерактивних технологій навчання дозволяє здійснювати контроль за засвоєнням знань і вмінь, застосовувати отримані знання вміння та навички в різних ситуаціях.

6. Результат для того хто навчається:

- досвід активного засвоєння навчального змісту у взаємодії з навчальним оточенням;
- розвиток особистісної рефлексії;
- засвоєння нового досвіду навчальної взаємодії, переживань;
- розвиток толерантності.

7. Результат для навчальної мікрогрупи:

- Розвиток навичок спілкування та взаємодії в малій групі;
- Формування ціннісно-орієнтаційної єдності групи;
- Заохочення до гнучкої зміни соціальних ролей в залежності від ситуації;
- Ухвалення моральних норм і правил спільної діяльності;
- Розвиток навичок аналізу та самоаналізу в процесі групової рефлексії;
- Розвиток здатності вирішувати конфлікти, здатності до компромісів.

8. Результат для системи «викладач-група»:

- Нестандартне ставлення до організації освітнього процесу;
- Багатомірне освоєння навчального матеріалу.

Інтерактивні методи навчання є одним з найважливіших засобів вдосконалення професійної підготовки студентів у вищому навчальному закладі. Викладачеві тепер недостатньо бути просто компетентним в області своєї дисципліни, даючи теоретичні знання в аудиторії. Необхідно трохи інакше підходити до сучасного навчального процесу. Результати більшості досліджень підтвердили, що використання інтерактивних методів є найефективнішим шляхом навчання, який буде сприяти оптимальному засвоєнню нового і закріплення старого матеріалу.

Розглянуті в цій статті інтерактивні методи навчання та освітні технології спрямовані, перш за все, на підвищення власної активності учнів і їх мотивації до навчально-професійної діяльності. Вони дозволяють перейти від пасивного засвоєння знань студентами до їх активного застосування в модельних або реальних ситуаціях професійної діяльності, що, безумовно, підвищує якість підготовки майбутніх фахівців.

Таким чином, впровадження інтерактивних методів навчання-одне з найважливіших напрямків вдосконалення підготовки студентів в сучасному виші.

Література

1. Крамаренко С.Г. Інтерактивні техніки навчання як засіб розвитку творчого потенціалу студентів // Відкритий заняття. – 2002. — №5/6.
2. Пометун О., Пироженко Л. Інтерактивні технології навчання: теорія і практика. – К., 2002. – 136.
3. Суворова Н. Интерактивное обучение: новые подходы // Инновации в образовании. – 2001. — №5. – С.106-107.

Черкун Катерина
студентка 2 курсу філологічного факультету
Наук. кер.: к. психол.н., доц. Мосол Н.О.

ІГРОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК МЕТОД НАВЧАННЯ І РОЗВИТКУ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

У сучасній школі активно використовуються ігрові форми навчання, адже гра є найбільш доступним для дітей видом діяльності, способом переробки отриманих із навколишнього світу вражень, знань, вона відіграє велике значення у психічному розвитку дитини [1].

У грі дитина робить відкриття того, що давно відоме дорослому. Потреба в грі і бажання грати у школярів необхідно використовувати і направляти в цілях вирішення певних освітніх завдань [2]. Головний зміст дидактичних ігор на уроках полягає у тому, що дітям пропонується виконати задачу, яка складається дорослими у певній цікавій ігровій формі.

Технологія ігрових форм навчання націлена на те, щоб навчити учнів усвідомлювати мотиви свого навчання, своєї поведінки в грі і в житті, тобто формувати цілі та програми власної самостійної діяльності і передбачати її найближчі результати [3].

Метою дослідження було дослідити ефективність застосування ігрових методів через вивчення їхнього впливу на результативність навчальної діяльності та на рівень вихованості учнів.

Для досягнення мети було встановлено таки задачі: 1) дослідити поняття «ігрова діяльність», «дидактична гра»; 2) окреслити структурні компоненти ігрової діяльності, визначити форми та функції ігрової діяльності; 3) дослідити вплив застосування ігрових методів на результативність навчальної діяльності.

На базі Запорізького навчально-виховного комплексу «Гармонія-плюс нами було проведено анкетування учнів молодших класів (2 клас) з метою виявлення ставлення молодших школярів до використання ігрових форм навчання. У результаті анкетування було виявлено, що більшості учнів (70%) подобаються уроки, на яких використовуються дидактичні ігри.

Якби самі учні мали можливість виконувати роль вчителя, то переважно використовували б різноманітні ігри на уроках 35% дітей. Більшість учнів (80%) зазначили, що вчителі часто використовують ігрову діяльність на уроках. При цьому переважна більшість школярів (85%) залюбки бере участь в дидактичних іграх. 80% дітей вважають дуже корисним включення ігрової діяльності у навчальний процес.

Серед навчальних предметів, під час вивчення яких доцільно використовувати ігрові форми навчання, діти назвали такі: математика, російська мова, українська мова, англійська мова, інформатика, основи здоров'я, літературне читання, фізична культура, природознавство. Підкреслимо, що школярі зазначили майже усі предмети, передбачені навчальною програмою для вивчення у другому класі.

Серед улюблених дидактичних ігор учні назвали гри: «Конструктор», «Світлофор», «Перетворення», «Калейдоскоп», «Блискавка», «Перегони», «Складовички-стрибунці», «Намисто», «Швидка допомога», «Метеор», «Лікарня», «Швидкість», «Футбол» (математичний), «Їстівне-неїстівне», «Імена», рухливі ігри та комп'ютерні навчальні ігри.

Серед якостей, які розвивають навчальні ігри учні назвали такі: розум(інтелект), мовлення, логічне мислення, увага, а також зазначили, що засобами гри формуються навички спілкування та дружні стосунки між однокласниками.

Молодші школярі пояснюють цікавість до ігрових форм навчання таким чином:
- це весело та цікаво;
- процес гри допомагає навчатися;
- гра приносить задоволення;
- це корисно;

- під час гри можна висловитися;
- можна спілкуватися з друзями у групі.

Тож гра стає засобом виховання і навчання, якщо вона включається в цілісний педагогічний процес. Керуючи грою, організовуючи життя дітей в грі, педагог впливає на всі сторони розвитку особи дитина: на відчуття, на свідомість, на волю і на поведінку в цілому.

Література

1. Кудикіна Н.В. Ігрова діяльність молодших школярів у позаурочному навчально-виховному процесі / Київський міський педагогічний ун-т ім. Б.Д.Грінченка. — К. : КМПУ, 2003. — 272с.
2. Савченко, О. Я. Дидактика початкової освіти : підручник для студентів вищих навчальних закладів / О. Я. Савченко. - К. : Грамота, 2012. – 504 с.
3. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии. Учебное пособие. — М.: Народное образование, 1998. — 256 с.

Чудновська Яна
студентка 1 курсу магістратури, фак-ту СПП
Наук. кер.: д.психол.н., проф. Шевченко Н.Ф.

ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ МОЛОДИХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОГО ТЕХНІЧНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Період професійної адаптації справедливо вважається одним із найскладніших етапів в житті особистості, оскільки цей етап характеризується різким зростанням напруженості. Потрапивши в умови, які принципово відрізняються від наявних, людина гостро реагує на зміни на фізіологічному та психічному рівнях.

Проблемами професійної адаптації у психолого-педагогічній теорії займалося багато дослідників. Вивчалися такі теоретичні аспекти проблеми: формування професійної адаптації у студентів (Т.І. Бузмакова), адаптація особистості в колективі (П.Г. Бєлкін, М.І. Скубій), дослідження соціально-психологічних аспектів адаптації особистості (О.І. Зотова, І.К. Кряжева), сутність, механізми та досвід професійної адаптації молодого вчителя (О.Г. Мороз, О.П. Савченко) та ін. Але проблема професійної адаптації молодого викладача до роботи у вищого технічного навчального закладу (ВТНЗ) потребує всебічного комплексного вивчення для забезпечення умов ефективного перебігу цього процесу.

Професійну адаптацію молодих викладачів ВТНЗ визначено як складний процес пристосування педагога у початковий період роботи до особливостей місця роботи та організації праці, в результаті якого відбувається повне оволодіння молодим викладачем специфікою фахової діяльності в умовах ВТНЗ, що включає систематизацію набутих раніше та засвоєння нових знань і умінь, необхідних для її успішного виконання, формування професійно важливих особистісних якостей, злиття з педагогічним колективом. Період, протягом якого триває процес становлення молодого викладача ВТНЗ як професіонала, є періодом його професійної адаптації.

Професійна адаптація молодих викладачів вищих технічних навчальних закладів є складним багатоаспектним і багатофакторним процесом, що проходить у три етапи: початковий (орієнтаційний), просунутий (моделювання) та повної адаптованості (творчий). Для забезпечення поступового долання молодими викладачами ВТНЗ цих адаптаційних етапів важливо приділити більшу увагу управлінню процесом професійної адаптації педагогів, надаючи великого значення системі їхньої освіти по завершенні навчання у базовому вищому навчальному закладі [1].

У період професійної адаптації відбувається інтенсивне становлення молодого викладача як фахівця. Структура його професіоналізму, що охоплює професіоналізм знань (філологічних, методичних, педагогічних, психологічних, загальних, рефлексивних), професіоналізм спілкування (перцептивні, соціально-комунікативні, соціально-психологічні

уміння та володіння формами педагогічного впливу) та професіоналізм самовдосконалення (усвідомлення необхідності самовдосконалення та дії, спрямовані на нього), конкретизує, який фахівець має сформуватися протягом адаптаційного періоду. При цьому рівень професіоналізму як показник фахової адаптованості педагогів може бути виміряним за відповідними критеріями та за критерієм навченості і вихованості студентів.

Етап професійної адаптації починається з перших днів реальної професійної діяльності молодого фахівця, і відбувається протягом перших трьох (С.Д. Артемов, Н.П. Будякіна, А.А. Русалінова) чи шести років професійної діяльності (В.Д. Шадриков, М.О. Свиридов).

Існують різні адаптаційні стратегії поведінки особистості в професійній сфері, що виявляються в різних його формах й можна стверджувати про наявність різних типів професійної адаптації педагога ВТНЗ:

– за ступенем активності/пасивності особистості в процесі професійної адаптації - на реактивну, активну, і комбіновану;

– за ступенем усвідомленості процесу професійної адаптації - на усвідомлену і неусвідомлену;

– за характером спрямованості змін в період процесу професійної адаптації - на зовнішню, внутрішню і комплементарну [2].

Професійна адаптація є складним феноменом, вона виступає у двох формах: професійна адаптація як процес (це ті зміни, що відбуваються з людиною в нових професійних умовах) та професійна адаптація (адаптованість) як результат цих змін.

Більшість дослідників стверджують, що професійна адаптація як процес охоплює тривалий період розвитку особистості молодого фахівця - зі шкільної лави до його приходу на виробництво і повне закріплення в трудовому колективі. Цей етап професійного шляху особистості можна підрозділити на декілька періодів: попередній - містить у собі період виховання і навчання в сім'ї і школі. Він важливий з погляду формування професійних інтересів і установок, мотивів вибору професії, тому часто його називають профорієнтаційним; підготовчий - період професійного навчання особистості за визначеною спеціальністю; основний - період початку реальної професійної діяльності [2].

Отже, професійна адаптація педагога є складним за своєю психологічною структурою та багатофакторним процесом активної взаємодії фахівця й професійного середовища з метою досягнення ними таких взаємовідношень, які б забезпечували професійний та особистісний взаєморозвиток та взаємодосконалення всіх суб'єктів освітнього простору.

Література

1. Абсалямова, Я. Професійна адаптація молодих викладачів іноземної мови до роботи у вищих навчальних закладах / Я. Абсалямова // Рідна школа. – 2006. – № 7. – С. 41–44.
2. Гура О.І. Педагогіка вищої школи: вступ до спеціальності: навчальний посібник / О.І. Гура. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 224 с.

СЕКЦІЯ «СОЦІАЛЬНА ПЕДАГОГІКА»

Бережко Анастасія
студентка 5 курсу фак.-ту СПП
Наук. кер.: к.пед.н., ст. викладач Лещенко О.Г.

БАТЬКІВСЬКА ЛЮБОВ ЯК ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН

Актуальність вивчення феномену батьківської любові продиктована демографічними проблемами українського суспільства, втратою зв’язків між поколіннями, зростанням різних форм девіантної батьківської поведінки та неготовності молоді до виконання батьківської ролі. Такий стан справ свідчить про деструктивні прояви батьківської любові, або її відсутність.

Питання вивчення батьківської любові зустрічається у працях С.Л. Франка, Р В. Овчарової, О.В. Мілюкової, А.С. Співаковської, А. Авер'янова.

Метою роботи є визначення сутності батьківської любові.

Батьківська любов належить до батьківських почуттів, які виділяються як складник батьківства. Р.В. Овчарова визначає «батьківство» як «соціально-психологічний феномен, що являє собою емоційно і оціночно забарвлену сукупність знань, уявлень і переконань щодо себе як батька / матері, яка реалізується у всіх проявах поведінкової складової батьківства» [3; 4].

Феномен батьківської любові може виступати ознакою, за якою відрізняється материнство та ба́тьківство. Батьківську любов характеризують як особливе почуття, що властиве батькам, і в першу чергу матері, по відношенню до своєї дитини, найвища потреба в піклуванні про неї, тривожність за її стан та благополуччя [4, 245].

Батьківська любов є головним засобом виховання любові у дітей до всього, що його оточує. На думку Р.В. Овчарової та О.В. Мілюкової, батьківська любов забезпечує наявність у дитини почуття безпеки, психологічної захищеності, виступає як джерело життєвого досвіду, який є необхідним для дитини як потенційного сім'янина [3;4]. А.С. Співаковська, вважає батьківську любов почуттям, яке батьки вкладають в дитину протягом всього життя [2].

Структура батьківської любові на думку В. Афанасьєва, В. Садовського включає в себе такі складники: стійка позитивна мотивація до батьківства; актуалізація знань, формування соціально-психологічних умінь і навичок, необхідних для реалізації базових функцій батьківства; розвиток особистісних якостей батьків, їх здатності до емоційного розуміння дитини та самовладання, конструктивної поведінки з дитиною.

Батьківська любов також має гендерні відмінності. На думку І. Кона, вплив батька на дитину буває жорстокішим і авторитарнішим, ніж материнський, більш турботливий і заспокійливий [2]. Материнську любов він характеризує як безумовну, глобальну (проявляється в будь-якій ситуації) і постійну (протягом усього життя), суб'єктивну, а батьківська любов – умовна (коли є за що любити), більш відсторонена, об'єктивніша (здатність об'єктивно оцінити здібності дитини) [3]. Материнську любов, на думку Е. Фромма, не потрібно заслуговувати, вона безумовна, але якщо її немає – її неможливо створити, заслужити. Натомість, любов батька до дитини будується за принципом «люблю за те, що виправдовуєш мої сподівання, виконуєш свій обов'язок, схожий на мене» [2, 132].

Відомо, що для психологічного повноцінного розвитку дітей важлива любов обох батьків. Батьківська любов – це головний фактор, який потрібен для психологічного здоров'я і повноцінного розвитку дитини.

Згідно з В. Сухомлинським [1], батьківська любов – це здатність серцем відчувати потреби душі дитини. Між людьми, які люблять, виникає особлива інтуїція, енергетична зв'язок, бажання бути один до одного ближче. Батьківська любов проявляється не тільки як почуття, але і як дії.

Серед компонентів батьківської любові виділяють такі: прив'язаність (на рівні біологічних інстинктів), турбота про дитину (про її здоров'я, фізичне і духовне благополуччя), чуйність, доброзичливість, повага до дитини. На цій основі описано вісім типів батьківського ставлення (або, як зазначає О. Насонова, любові) до дітей, які можна об'єднати у дві групи: батьківське ставлення, засноване на прийнятті та позитивній взаємодії з дитиною (це дієва любов, відсторонена любов, дієва жалість, любов як поблажливе відсторонення); а також батьківське ставлення, засноване на уникненні контактів з дитиною, яке виявляється у відкиданні, презирстві, переслідуванні, відмові та занедбаності дитини [4, 26-28]. Тому лише поєднання любові із соціальним обов'язком стає передумовою виконання батьківської ролі.

Висновок. Отже, батьківська любов – це складне, динамічне психологічне утворення, яке характеризується певними особливостями розвитку самосвідомості, динамічності образу «Я» батьків. Любов батьків є визначальним фактором, вплив якого забезпечує гармонійний

розвиток особистості дитини, а відсутність любові породжує проблеми дитячо-батьківських стосунків.

Література

1. Максименко С. Д. Особистість починається з любові / С. Д. Максименко // Практична психологія та соціальна робота. – 2004. – № 9. – С. 1-8.
2. Спиваковская А. С. Как бать родителями / А. С. Спиваковская. – М. : Педагогика, 1986. – 160 с.
3. Овчарова Р. В. Психология родительства / Р. В. Овчарова. – М. : Ака- демия, 2005. – 368 с.
4. Овчарова Р. В. Психологическое сопровождение родительства / Р. В. Овчарова. – М. : Гардарики, 2002. – 319 с.

Біла Сніжана
студентка 5 курсу ф-ту СПП
Наук. кер.: к.пед.н., ст. викл. Соловйова Т.Г.

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ СУПРОВІД ДІТЕЙ, ЩО ТИМЧАСОВО ПЕРЕСЕЛЕНІ ІЗ ЗОНИ АТО

Сучасні проблеми України, які виникли внаслідок складних соціально-політичних процесів, обумовили появу категорії осіб, котрі тимчасово переселені із зони АТО (антитерористичної операції) і потребують допомоги широкого кола спеціалістів, які б змогли інтегрувати цих людей в мирне життя, зокрема, змогли супроводжувати цей процес.

Проблему інтеграції вимушених мігрантів в місцеве співтовариство вивчала група дослідників – Б.Г. Жогін, Т. Ф. Маслова і В. К. Шаповалов [1]. Мігрантська педагогіка досліджувала проблеми адаптації та соціалізації, педагогічної підтримки та захисту дітей, що мають проблеми у зв'язку з міграцією (І. В. Бабенко, М. А. Болдирєва, О. В. Гукаленко, Л. М. Сухорукова). Дослідженнями особливостей соціально-педагогічної роботи з мігрантами займалися О. Безпалько, І. Звєрєва, А. Капська, Г. Лактіонова, В. Поліщук, С. Харченко.

Мета роботи – розкрити особливості соціально-педагогічного супроводу дітей, що вимушено переміщені із зони АТО.

За даними соціально-педагогічного дослідження, що проводилося під егідою Дитячого Фонду ООН (ЮНІСЕФ) у Донецькій області, майже 40% дітей віком 7-12 років та більше половини дітей віком 13-18 років стали безпосередніми свідками подій, що пов'язані з війною. Відповідно 14% та 13% бачили танки та іншу військову техніку, 13% та 22% бачили бої та сутички, 4% і 15% побиття знайомих людей, 6% та 5% стали свідками погроз застосування зброї. Декілька дітей з опитаних бачили вбитих і поранених. 76% дітей віком 7-12 років та 43% дітей віком 13-18 років відчували страх, коли ставали свідками вищеописаних подій [5].

У статті 1 Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» визначено зміст поняття «внутрішньо переміщеної особи», що дозволяє доцільно спеціалістам визначити напрямок роботи з даною категорією осіб [2].

З метою надання допомоги та вирішення соціальних проблем сім'ї з дітьми, які переміщені із зони АТО підлягають соціальному інспектуванню (у разі необхідності сім'ї беруться під соціальний супровід). Для вирішення проблемних питань переселенців залучаються всі суб'єкти соціальної роботи, благодійні та громадські організації, навчально-виховні заклади [4].

Соціально-педагогічний супровід – це довготривала різноманітна допомога неблагополучним сім'ям, яка спрямована на створення умов для ліквідації причин неблагополуччя (чи їх можливої компенсації), на формування здатності сім'ї самостійно розв'язувати свої проблеми, виконувати функції, реалізовувати свій соціальний та виховний потенціал [4].

Згідно із положеннями спільного наказу семи відомств (Мінсім'ямолодьспорту, МОЗ, МОН, Мінпраці, Мінтранспорту, МВС та Держдепартаменту з питань виконання покарань

від 14.06.2006 № 1983/388/452/221/556/596/106) «Про затвердження порядку взаємодії суб'єктів соціальної роботи із сім'ями, які опинилися у складних життєвих обставинах», ця категорія класифікується як сім'ї, які опинились у складних життєвих обставинах [5].

Наразі активізована діяльність цих 7 відомств, зокрема активно діє Міністерство освіти і науки України у підтримці дітей, які переміщені з АТО. Так, відповідно до вимог листа Міністерства освіти і науки України від 25.07.2014 р. № 1/9-374 «Стан та особливості діяльності психологічної служби системи освіти у 2014-2015 навчальному році» соціальні педагоги повинні вжити низку організаційних заходів: оперативність у визначенні першочергових потреб дитини-переселенця; активізація громади та її соціальних інститутів, до якої прибула сім'я з дитиною (або лише дитина); включеність соціального педагога у процес влаштування дитини, яка була свідком військових дій та стала сиротою у прийомні сім'ї чи інші форми виховання; комплексність соціально-психологічної роботи; захист законних інтересів дітей-переселенців від дискримінації в новому оточенні.

Висновки. Діти, які вимушено переміщені із зони АТО – це нове проблемне поле у діяльності соціального педагога. Непідготовленість психологічних служб до практичної роботи з цією категорією породжує розгубленість у виборі форм, методів, технологій та змісту всієї роботи. Отже, перспективним вважаємо розробку алгоритму роботи психологічної служби із дітьми, які вимушено переміщені із зони АТО на короткостроковий період або/та довготривалий; розробка рекомендацій щодо консультування даної категорії соціальним педагогом, якщо в школі відсутній практичний психолог.

Література

1. Бондаревская Е. В. Гуманистическая парадигма личностно ориентированного образования // Педагогика. - 1997. - №4. - С. 11-17.
2. Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» [Електронний ресурс]. — Режим доступу до журн.: http://zakon4.rada.gov.ua. — Голов. з екрану.
3. Закон України «Про захист прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» Права Людини в Україні [Електронний ресурс] // Інформаційний портал Харківської правозахисної групи. – Режим доступу до журн.: http://www.khpg.org .— Голов. з екрану.
4. Ніколайчук І. Вимушене переселення з Донбасу : виклики, яких Україна не знала [Електронний ресурс] / І. Ніколайчук // Світ. — 2014. — № 41–42. — Режим доступу до журн. : http://www1.nas.gov.ua/svit/Article/Pages/14_4142_2.aspx.
5. Соціально-педагогічна та психологічна робота з дітьми у конфліктний та постконфліктний період : метод. рек. / Н.П. Бочкор, Є.В. Дубровська, О.В.Залеська та ін. – Київ: МЖПЦ «Ла Страда-Україна», 2014. – 84 с.

Вітвіцька Аліна
студентка 5 курсу ф-ту СПП
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Турська.О.В

ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ЗАСОБАМИ ДОЗВІЛЛЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Соціокультурна ситуація країни характеризується цілою низкою негативних процесів, що наявні у сфері суспільного життя. Сюди можна віднести і втрату духовно-моральних орієнтирів, відчуження від культури і мистецтва дітей, молоді та дорослих і проблеми входження особистості до соціуму.

Соціалізація як соціально-педагогічна категорія входить до кола наукових інтересів О. Безпалько, І. Звєрєвої, А. Мудрика, С. Савченка, А. Рижанової, С. Харченка. Дозвілля як засіб вдосконалення соціокультурних процесів та механізм активізації особистості для ефективнішої соціалізації вивчали А. Андрєєва, Т. Дедуріна, Л. Сайкіна, Л. Тарасов.

Мета роботи - розкрити особливості процесу соціалізації особистості засобами дозвіллєвої діяльності.

У різних наукових джерелах соціалізацію розглядають як: соціальне вчення;результат соціальної взаємодії; надбання нових форм реакцій через наслідування поведінки інших; процес формування особистості ;розвиток і самореалізація людини ;процес і результат засвоєння й активного відтворення індивідом соціального досвіду;процес інтеграції тощо.

Отже, соціалізація – це процес становлення особистості та входження її в соціальне середовище, яке залежить від усієї сукупності соціальних факторів, культури, оточення, отриманих знань, умінь та навичок, природних задатків тощо. Єдиного правильного визначення категорії соціалізації не існує, а усі наведені трактування носять спільний характер.

Дозвілля займає одну з провідних ролей у соціалізації особистості. Для того, щоб дозвілля відіграло свою роль у системі соціалізації, воно повинно включати два аспекти: задовольняти емоційні потреби; сприяти інтелектуальному пошуку молоді [1].

Одним із головних принципів організації дозвілля є врахування вікових особливостей аудиторії. Кожна вікова категорія має власні дозвіллєві орієнтації і потреби.

Для **молодших школярів** характерне бажання вчитися, щоб більше пізнати світ.У цьому віці діти пізнають світ через гру, а тому в основі форм роботи з молодшими школярами повинна бути гра, – як універсальний метод пізнання, навчання, організації відпочинку.

Для **підлітків** характерна потреба пізнати себе, показати себе, знайти однодумців, проходить активний процес професійної орієнтації. У підлітків розвивається бажання до творчого підходу в опануванні тією чи іншою справою, вони навчаються критично оцінювати свої дії. У зв’язку з цим для них можна організовувати клуби за інтересами.

Старшокласники хочуть реалізувати навички, які одержали і вдома, і в школі, в роботі різноманітних гуртків та об’єднань. Для цієї вікової групи характерні такі форми організації дозвілля як диспути, ток-шоу, лекції, вечори відпочинку, диско-програми, конкурси, консультації [2].

Найбільш популярними у молоді сьогодні – вечори відпочинку, дискотеки, відеотеки; музичні, літературні, театральні шоу-програми, інтелектуально-пізнавальні і розважальні конкурси, фестивалі, карнавали, бали, аукціони.

У дорослому віці дозвілля набуває більш сімейного характеру. Сімейне дозвілля повинно будуватися, виходячи з основних сфер сімейних відносин і враховувати всі функції сім’ї. Відпочиваючи, спілкуючись, приймаючи участь в спільних конкурсах та програмах, батьки і діти вчаться бути ближче один до одного.

Важливу роль в організації дозвілля людей похилого віку відіграють заклади культури клубного типу, організація університетів «Третього віку», опанування інноваційними технічними засоби тощо.

Висновки. Таким чином, ми визначили, що процес соціалізації має особливий характер, який спричинений багатьма факторами. Один з них – це дозвіллєва діяльність. Вона обумовлена двома головними напрямками: має задовольняти емоційні потреби та мотивувати до інтелектуального пошуку. Зміст і форми дозвіллєвої діяльності напряму залежать від вікових особливостей особистості. Дана проблема не достатньо досліджена, тому перспективним вважаємо більш детальне вивчення впливу дозвіллєвої діяльності на різних етапах соціалізації.

Література

1.Бєлецька І. В. Сучасна соціокультурна ситуація у сфері дозвілля молоді / І. В. Бєлецька // Вісн. Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – 2010. – № 9. – С. 71 – 76.

2. Волик Л. Анімація як нове явище вітчизняної педагогічної науки / Л. Волик // Шлях освіти. – 2009. – № 1.

3. Мудрик А. В. Социальная педагогика / А. В.Мудрик. - М. : Академия, 2000. – 200 с.

4.Скляр С. Ю. Соціокультурні трансформації дозвіллєвого простору молоді в умовах суспільних перетворень в Україні / С. Ю. Скляр // Соціальні технології. – 2010. – № 10. – С. 206 – 214.

Єрмоленко Катерина
студентка 4 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. пед. н., ст. викл. Соловйова Т.Г.

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ СЛУЖБИ ПРОБАЦІЇ В УКРАЇНІ

Анотація: у статті розглянуто основні поняття та мету роботи служби пробації в Україні, а також окреслено проблеми впровадження в роботу такого правового інституту, як пробація.

Актуальність: Відповідно до нововведень у законодавстві України, Закон України «Про пробацію» має на меті перетворити кримінально-виконавчу інспекцію у службу пробації, що у свою чергу викликає ряд непорозумінь у реалізації цього закону. Актуальність даної теми також обумовлена тим, що новостворена служба пробації має на меті впровадження альтернативної моделі відбування покарання а також надання допомоги особам у влаштуванні у соціумі, їхньої адаптації та супроводу з метою зменшення рівня злочинності та рецидиву скоєння злочину.

Метою статті є на основі аналізу прийнятого Закону України «Про пробацію» виділити основні поняття та окреслити плюси та мінуси даного закону в роботі соціального педагога.

Виклад основного матеріалу. У зв’язку з прийняттям 5 лютого 2015 року Закону України «Про пробацію», хотілося б зазначити основні плюси та мінуси даного закону а також окреслити проблеми його втілення в сучасній системі кримінально-виконавчого законодавства. Відповідно до Закону України: «Пробація – система наглядових та соціально-виховних заходів, що застосовуються за рішенням суду та відповідно до закону до засуджених, виконання певних видів кримінальних покарань, не пов'язаних з позбавленням волі, та забезпечення суду інформацією, що характеризує обвинуваченого» [1]. Основними суб'єктами пробації, відповідно до Закону України «Про пробацію» є: «…засуджені, щодо яких за рішенням суду та відповідно до закону застосовуються наглядові, соціально-виховні заходи, та обвинувачені, щодо яких органом пробації готується досудова доповідь». Також у статті 4 визначено основну мету діяльності даної служби: «Забезпечення безпеки суспільства шляхом виправлення засуджених, запобігання вчиненню ними повторних кримінальних правопорушень та забезпечення суду інформацією, що характеризує обвинувачених, з метою прийняття судом рішення про міру їхньої відповідальності» [1].

На наш погляд, головною проблемою, з якою зіткнулися соціальні педагоги та соціальні працівники з моменту прийняття цього закону, є заміна нині діючої кримінально-виконавчої інспекції на службу пробації, що призвело до неузгодженості дій соціальних працівників а також кримінально-виконавчих інспекторів. Нині на новостворену службу пробації покладена велика низка завдань як карального, так і соціально-виховного та превентивного характеру, при цьому в законі не передбачено створення підрозділів даної служби, які дозволили б знизити навантаження та доцільно розподілити напрямки роботи.

Важливим позитивним зрушенням є введення такого пункту, як робота волонтера пробації, тобто осіб, які на добровільній і безоплатній основі, готові допомагати у виконанні певних завдань служби пробації [2]. Також створення даного органу призвело до збільшення кількості місць для влаштування соціальних педагогів у кримінально-виконавчі заклади та підвищило потребу у кваліфікованих кадрах в галузі соціальної педагогіки та психології.

Слід зазначити, що нині представники органу пробації повинні готувати досудову доповідь на клієнта – це свого роду характеристика, письмова інформація для суду про обвинуваченого.

Можна зробити висновок, що Закон України «Про пробацію» дає поштовх для гуманізації кримінальних покарань, що означає введення таких видів кримінальних покарань, що не передбачають позбавлення волі, а також викликає потребу у висококваліфікованих соціальних педагогах та соціальних працівниках. Проте при

впровадженні і реалізації цього закону потрібно враховувати попередній досвід роботи служби пробації в інших країнах для уникнення можливих помилок.

Література

1. Про пробацію: Закон України від 5 лютого 2015 року. № 160-VIII
2. Гуманізація кримінального судочинства шляхом розвитку елементів служби пробації та реалізації програм примирення потерпілих та правопорушників: Методичні матеріали / Автори-упорядники: А.О. Горова, Н.М. Прокопенко, Д.В. Ягунов. – Київ: Український центр порозуміння – Міжнародний Фонд «Відродження». – 64 с.
3. Ягунов Д.В. Служба пробації: концепція, принципи діяльності, організаційна структура: Конспект лекцій. /Д.В. Ягунов//Видання третє, змінене та доповнене. Зі вступною статтею доктора пед. наук, професора Н.Г.Калашник та Ю.В.Олійника. – Черкаси: Видавництво Юлії Чабаненко, 2006. – 72 с.

Жора Оксана
студентка 3 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. пед. н., ст. викл. Соловйова Т.Г.

ПІДГОТОВКА МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ДО ПОЗИТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ОДНОЛІТКАМИ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ

Актуальність даної проблеми визначається неготовністю молодших школярів до позитивної взаємодії з однолітками з особливими потребами. Про це свідчить недостатня реалізація на практиці системи інтегрованої освіти, що включає дитину з особливими потребами в повноцінний процес навчання. Проте, діти з особливими потребами мають право на навчання та спілкування із звичайними однолітками. Відповідно до цього, слід здійснювати підготовку молодших школярів до позитивної взаємодії з дітьми з особливими потребами.

Вивченням різних аспектів даного питання займалися І. Звєрєва, А. Капська, В. Ляшенко, В. Тесленко, а також Н.Н. Малофєєв, Н.Д. Шматко, які вивчали проблеми інклюзивного навчання. Серед українських науковців особливої уваги заслуговують також роботи М.В. Роганової та А.В. Бітова.

Метою даної роботи є висвітлення основних складових підготовки молодших школярів до позитивної взаємодії з однолітками з особливими потребами.

Дослідження багатьох зарубіжних науковців свідчать, що важливо ще з раннього віку готувати дітей до взаємодії з однолітками з особливими потребами, через те, що таким дітям складно навчатися в наявних умовах, знаходити друзів, спілкуватися з іншими на рівних. Аналіз наукової літератури дозволив визначити, що основними складовими підготовки молодших школярів до позитивної взаємодії з дітьми з особливими потребами являються: теоретична, практична та ціннісна [3].

Теоретичний компонент - наявність знань про те, хто такі діти з особливими потребами і як бажано з ними взаємодіяти. Цей компонент важливий, так як ми повинні навчити молодших школярів, не дивлячись на деякі особливості дітей поводитись з ними так само, як і з іншими однолітками. Це можна зробити за допомогою різноманітних форм соціально-педагогічної роботи: ігри, перегляд відеопродукції відповідної тематики, бесіди тощо.

Практичний компонент включає вміння та навички поводження з дітьми з особливими потребами. Н.Олійникова надає деякі поради заохочення дітей з особливими потребами на співпрацю під час ігор і взаємодію з ровесниками (ігри та заняття мають відповідати рівню розвитку дітей; треба мати достатню кількість «реквізиту» для ігор; важливо заохочувати дітей працювати разом і т.д.). Головний прийом - гра, за допомогою якої ми можемо виховати цей компонент [1].

Ціннісний аспект - виховання емпатії, толерантності, гуманності у дітей молодшого шкільного віку. Такі якості розвивати достатньо складно, а головне, це потрібно робити протягом усього життя. Ю. Найда дає поради як краще це зробити (налагодження дружніх стосунків природнім шляхом; сприяти вихованню поваги до товаришів; демонстрація дітям позитивної соціальної поведінки; заохочення до співпраці і т.д.) [2].

Для того, щоб вказані вище компоненти успішно розвивались потрібно забезпечити певні умови та вміти зацікавити дітей (організувати групові ігри, що потребують співпраці партнерів; різного роду заохочення за допомогу іншому тощо).

Дані компоненти краще формувати у дітей за допомогою різноманітних форм та методів, в результаті чого – діти долучаються до соціальних зв'язків, беруть активну участь в основних сферах життєдіяльності громади, готуються до повноцінного дорослого життя. Важливу роль у цій справі відіграє соціальний педагог, адже він вивчає особливості соціального розвитку дітей, на основі чого підбирає відповідні форми та методи щодо підготовки дітей до взаємодії з однолітками з особливими потребами.

Таким чином, на основі вище зазначеного можна зробити висновок, що діти з особливими потребами мають абсолютно рівні права з іншими дітьми на навчання, спілкування тощо. Відповідно до цього, необхідно здійснювати підготовку суспільства в цілому, і, молодших школярів, зокрема, до позитивної взаємодії з дітьми з особливими потребами, яка складається з трьох компонентів (теоретичний, практичний та ціннісний). Щодо заохочення соціальної поведінки молодших школярів, існують різноманітні методи та форми, якими повинні володіти як соціальні працівники, так і вчителі й батьки.

Література

1. Олійникова Н.Д. Методичні рекомендації щодо роботи з дітьми із особливими потребами: Посібник для практичних психологів, соціальних педагогів, педагогів, батьків / Олійникова Н.Д., Дудченко Л.О., Кудлай С.В. – Первомайськ: Науковий світ, 2011.- 136 с.
2. Найда Ю. Хто такі діти з особливими потребами: відмінності розвитку та навчальної діяльності дітей з особливими потребами в процесі навчання / Найда Ю., Таранченко О.- К.: Наука, 2010.- 134 с.
3. Формування готовності педагогічних працівників до роботи з дітьми з особливими потребами в умовах інклюзивного навчання: тематичний збірник праць / упоряд. А. А. Волосюк, Н. А. Басараба, С. С. Козловська; за заг. редакцією А. О. Лавренчука. – Рівне : РОІППО, 2014. – 343 с.

Корецька Світлана
студентка 5 курсу з/в факультету СПП
Наук. кер.: к. пед. н. Соловйова Т.Г.

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КЕРІВНИКА ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Наразі змінюються пріоритети сучасної школи. Школа має готувати учнів до змін; розвивати такі якості, як мобільність, динамізм, конструктивність, гнучкість; вчити їх самостійно розв'язувати проблеми в різних сферах діяльності; використовувати в процесі навчання соціальний і власний досвід. Сучасні процеси в системі загальної середньої освіти охоплюють різні напрями роботи загальноосвітнього навчального закладу та вимагають оптимізації управлінської діяльності за умов функціонування та розвитку шкільної освітньої системи. Найефективнішим засобом оптимізації управління на сьогодні є управлінські технології.

Аналіз сутності компетентнісного підходу в освіті, проблеми формування ключових компетентностей, а також загальні питання компетентнісно зорієнтованого підходу до реалізації змісту загальної середньої освіти найбільш повно подано в роботах І. Єрмакова, Л. Іванової, А. Каспржака, Г. Несен, О. Овчарук, Дж. Равена, І. Родигіної, Л. Сохань, А.

Хуторського та ін. І сьогодні компетентнісний підхід розглядають як підґрунтя нової якості в розвитку освіти.

Метою роботи є висвітлення технологічних аспектів реалізації управлінської діяльності керівника загальноосвітнього закладу, які спрямовані на підвищення якості освіти, її інноваційний розвиток.

Мета школи – формувати ключові компетенції, які є підставою (ключем) для інших, більш конкретних і предметно-орієнтованих компетенцій. Цілі шкільної освіти з позиції компетентнісного підходу є конкретним результатом навчання: навчити вчитися, тобто навчити розв'язувати проблеми в сфері навчальної діяльності; навчити пояснювати явища, які спостерігаються у світі, із використанням наукового апарату: їхню сутність, причини, взаємозв'язки, тобто розв'язання пізнавальних проблем; навчити орієнтуватися в ключових проблемах сучасного життя, тобто розв'язання аналітичних проблем; навчити орієнтуватись у світі духовних цінностей, тобто розв'язання аксіологічних проблем; навчити розв'язувати проблеми, пов'язані з реалізацією певних соціальних ролей: громадянина, споживача, пацієнта, члена родини тощо; навчити розв'язувати проблеми, які є спільними для різних видів професійної діяльності: комунікативні, пошуку й аналізу інформації, організації спільної діяльності тощо; навчити розв'язувати проблеми професійного вибору: підготовка до подальшого навчання [1].

Р.Дафт стверджує, що сучасна реальність потребує нового стилю управління, підґрунтям якого стає підхід, орієнтований на розкриття творчого потенціалу особистості [2].

Про стиль управління, як аспект реалізації управлінської діяльності керівника, можна сказати, що це певна система методів і прийомів управління колективом, яким керівник віддає перевагу. Ефективний керівник сьогодні – це керівник, який сам поважає людину і водночас усвідомлює, що його авторитет безпосередньо залежить від поваги його особистості співпрацівниками, а не від обійнятої посади. Для того щоб працювати по-справжньому ефективно, треба знати здібності, стиль роботи та моральні принципи своїх співпрацівників.

Одна з основних ролей, яку має виконувати керівник навчального закладу – це роль лідера. За характеристикою П. Друкера лідер – це той, хто має перспективне бачення, передбачає майбутнє, працює над шляхами покращення того, що зараз дає плоди, забезпечує співпрацю у колективі, навчає інших бути лідерами [3].

Розроблення плану роботи – найважливіший аспект управлінської діяльності директора школи. На думку Ю.А. Конаржевського, «уміти планувати роботу школи та працювати за планом – означає здійснювати наукову організацію праці педагогічного колективу, яка вимагає щоб замість «може» був точний розрахунок; замість «абияк» розгорнутий план роботи, замість «якось» - точні календарні строки» [4]. Щоб досягти ефективної роботи школи треба використовувати інноваційний підхід до планування. Впливовим аспектом реалізації управлінської діяльності керівника – є контроль, постійне спостереження за навчально-виховним процесом. Засобом ефективної управлінської діяльності, а також способом отримання інформації для її подальшого аналізу з метою оцінювання та коригування процесу є моніторинг.

Висновки. Отже, ефективна реалізація управлінської компетентності сучасного керівника загальноосвітнього навчального закладу відбуватиметься за умови складових професійної компетентності директора школи: знання теоретичних і методологічних засад здійснення діяльності, психолого-педагогічних засад управлінської діяльності, ступеня володіння додатковими знаннями; уміння розв'язувати проблеми стратегічного рівня; здійснювати самоаналіз та самооцінювання досвіду; формувати новий стиль управління; сприймати та використовувати доступні освітні ресурси; сформованих цінностей.

Література

1. Павлютенков Є. М. Професійна компетентність директора школи / Є.М. Павлютенков // Управління освітою. – 2003. - №2. – С. 24 -32.

2. Дафт Р. Менеджмент [Текст]; 6-е изд.; Пер. с англ. / Р. Дафт. - СПб. : Питер, 2004. - 864 с.

3. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента [Текст] / Питер Ф. Друкер; Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2001.- 398 с.
4. Конаржевский, Ю. А. Менеджмент и внутришкольное управление [Текст] / Ю. А. Конаржевский. - М.: Центр «Педагогический поиск», 2000. - 224 с.
5. Базовий стандарт професійної діяльності директора школи України [Тексті: Проект АКШУ - Україна VVO - Нідерланди (За підтримки програми Міністерства закордонних справ «Матра»). - К., 2003.

Курницький Владислав
студент 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. пед. н., ст. викл. Лещенко О. Г.

РОЗВИТОК БАТЬКІВСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗАСОБАМИ ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТЬ

Актуальність дослідження. На даний час неспокійні події у країні, економічна нестабільність, соціальна дезорієнтація населення, заклопотаність більшості сімей проблемами економічного, а часом і фізичного виживання можуть негативно позначатись на вихованні дітей. Компетентність батьків є основою гармонійного психологічного розвитку дитини в сім'ї. А недбалість і відсторонення багатьох батьків від проблем морального та особистісного розвитку дітей відгукується зростанням дитячої бездоглядності, посиленням негативних явищ у дитячому та молодіжному середовищі. Тому доцільно розвивати і сприяти підвищенню рівня батьківської компетентності. Дослідженням різних аспектів формування та розвитку батьківської компетентності займались Анісімова А.В., Братусь І.В., Говорун Т.В., Головнєва Н.А., Черушова О.В. та інші.

Мета дослідження: теоретичне обґрунтування доцільності використання саме тренінгових занять як засобу розвитку батьківської компетентності.

Розглянувши літературу із зазначеної теми, можна побачити досить різні в деталях, але загалом схожі інтерпретації терміну «батьківська компетентність».

Анісімова А. В. [1] пропонує своє трактування батьківської компетентності як індивідуально-психологічного утворення, яке виражається єдністю теоретичної і практичної готовності до здійснення батьківської діяльності. Готовність батьків до здійснення виховних функцій визначається сформованістю значущих особистісних якостей, наявністю теоретичних знань, практичних умінь, мотивації.

Кормушина Н. Г. [3, 17] вважає, що батьківська компетентність – це можливості створення умов, в яких діти відчувають себе у відносній безпеці, отримуючи підтримку дорослого в розвитку та забезпечення всім необхідним в цьому.

В науковій літературі приведено багато прикладів способів розвитку батьківської компетентності. Серед них: консультування, семінари, тренінги, лекції, заняття-практикуми, інформаційна підтримка, організація батьківських клубів тощо. Зростаючий інтерес до проблеми формування батьківської компетентності відбивається в програмах та методичних розробках, які з'являються останнім часом. Однак, більшість з них не розкриває важливих психолого-педагогічних аспектів формування батьківської компетентності, в основному зводяться до лекційної форми та теоретичного змісту, що ускладнює практичне тренування навичок і систематичну роботу батьків над собою. Але ми зупинимось саме на тренінгах, оскільки вони є найбільш практико-орієнтованими.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Тренінг в даному випадку - це метод, що включає в себе супровід і тренування дитячо-батьківських відносин, що дозволяє батькам усвідомлено компетентно створювати оптимальні умови для найкращого особистісного розвитку дитини. Цей метод направлений на розвиток у батьків здатності розкривати таланти і тренувати здібності дітей, впливати на зміну поведінки, яка гальмує просування вперед у розвитку, фокусувати увагу на розвиток особистісного потенціалу дитини. Такі тренінги

орієнтовані на розвиток батьківського мислення, розумових стратегій, які допомагають гармонійно виконувати батьківські ролі.

Батьківський тренінг - це особлива систематична форма роботи з батьками, що є не тільки методом навчання батьків, а й опосередкованим підходом до виховання дітей спирається на принципи системної терапії. Тренінг з батьками може проходити без безпосередньої присутності дітей. При цьому просто враховують той факт, що і незначні впливу з боку всієї родини в підтримку спеціальних розвиваючих заходів по відношенню до виховання дітей суттєво підвищують ефективність тренінгових занять [2]. Вивчаючи досвід тренерів та учасників тренінгів, спрямованих на розвиток батьківської компетентності, можна дізнатись, що практичні вправи, виконувані в ході тренінгів, активізують творчі сили, сприяють зміні поведінки батьків в певних ситуаціях, дають їм надію на подолання труднощів, розвивають навички подолання стресу, емоційної рівноваги; виявлення прихованих ресурсів учасників.

Тренінги мають позитивний терапевтичний вплив для підтримки психологічного здоров'я і сприятливого клімату в сім'ї з метою конструктивного впливу на дитину. Також вони сприяють зниженню тривожності батьків, дозволяють їм долати ситуації «застрявання» на різних етапах розвитку дитини і знаходити конструктивні варіанти взаємодії з ним [2].

Висновки. Отже, теоретичний аналіз літературних джерел та практичного досвіду науковців, а також відгуків батьків показують, що тренінги зарекомендували себе як ефективний засіб розвитку батьківської компетентності, толерантного спілкування, подолання сімейних конфліктів «батьків і дітей», встановлення позитивних відносин як між батьками, так і між класним керівником, психологом, соціальним педагогом і батьками.

Література

1. Анисимова А. В. Родительская компетентность как основа предупреждения и профилактики девиантного поведения / А. В. Анисимова // Молодой ученый. – 2014. – №17.1. – С. 7 - 8.
2. Головнева Н. А. Работа с родителями как важнейшее направление деятельности образовательной организации в современном социуме / Н. А. Головнева, А. С. Домашенко // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 4.
3. Кормушина Н. Г. Психолого-педагогическая коррекция экзистенциальных страхов у старших подростков / Н. Г. Кормушина. – Дисс. канд. психол. наук. – Саратов, 2011. – 197 с.

Лимарь Олена
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. пед. н., ст. викл. Лещенко О. Г.

ВИХОВНИЙ ВПЛИВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ СІМ'Ї НА ОСОБИСТІСТЬ ДИТИНИ

Актуальність дослідження. Питання впливу сім'ї на формування особистості дитини є досить актуальним, адже у сучасній сім'ї проявляється зниження педагогічного потенціалу, нівелюються моральні цінності, батьки не усвідомлюють відповідальності щодо забезпечення прав і обов'язків стосовно їхньої дитини. Особливо гостро постає проблема виховного впливу на дитину батьків у неповних та неблагополучних сім'ях. Такий стан справ потребує значної уваги щодо вирішення й запобігання здійснення деструктивних виховних впливів на розвиток дитини, оскільки сім'я, як мікросоціум, впливає і на розвиток держави в цілому. Вивчення питання функціонування сучасної української сім'ї здійснювали О. Балакірєва, С. Голод, А. Антонов, В. Медков, С. Оксамитна, Ю. Карпова, А. Любимова, Л. Ляшенко, В. Тишкова та інші.

Мета роботи: визначення особливостей виховного впливу сучасної української сім'ї на особистість дитини.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Сім'я – це мала соціальна група, що має історично означену організацію, члени якої пов'язані шлюбними або родинними відносинами, спільністю побуту та взаємною моральною відповідальністю, соціальна необхідність якої зумовлена потребою суспільства у фізичному та духовному відтворенні населення [4]. Виховний вплив — це процес організації сумісної активності батьків і дітей та здійснення їхніх цілеспрямованих дій, які мають на меті зміну психологічних характеристик об'єктів виховного впливу (їхньої мотивації, потреб і установок, цінностей та рис характеру), а також перебудову поведінки останніх з огляду на характерні для певного суспільства уявлення про соціально зрілу, пристосовану до реальних суспільних умов особистість [1].

Основними завданнями виховного впливу на сучасному етапі розвитку України як суверенної держави є виховання в дітей гуманності (поваги до людей, співчуття і чуйності, доброзичливого ставлення до них, турботи про їхнє благополуччя) і духовності (прагнення до освоєння багатств вітчизняної та світової культури, до формування загальнолюдських ідеалів добра, справедливості, чуйності, чесності та порядності, до способу життя на основі волі, моральності, культури, краси); виховання дитини свідомим громадянином-патріотом своєї Батьківщини, чесним трудівником, гарним сім'янином [1, с. 63].

На думку Я. Корчака, «Виховання дитини – це невтішна розвага, а завдання, яке вимагає капіталовкладень – важких переживань, зусиль, безсонних ночей і багато-багато думок». Тому, найважливішою функцією сім'ї є виховна функція.

Сім'я здійснює виховний вплив на дитину з перших днів народження. Засоби догляду й годування, загальний режим формують у дитини перші звички, від яких залежить подальша її поведінка. Завдання батьків полягає в розвиткові мислення й мови дітей, активності й витримки, самостійності в різних виявах життєдіяльності, прищепленні навичок самообслуговування тощо. У шкільному віці, коли основним змістом життя стає навчальна діяльність і формується характер, важливо, щоб родина підтримувала тісний зв'язок зі школою, заохочувала дітей до посильної праці й участі в громадській роботі, привчала їх до чіткого режиму дня. Завдання батьків – допомагати дітям виробити твердий характер, розумно розширюючи самостійність, підвищуючи їхню роль у житті домашньому і шкільному, в обранні майбутньої професії тощо [3, с. 236].

Роль сім'ї у вихованні і навчанні дітей – велика і відповідальна. Батьки є першими вихователями, які зміцнюють і загартовують організм дитини, розвивають її інтереси, смаки, здібності, виховують любов до знань, допитливість, спостереження, працьовитість. Сім'я в доступних межах і формах здійснює завдання розумового, морального, естетичного і фізичного виховання, дбає про її гармонійний розвиток.

Вплив сім'ї на особистість дитини здійснюється і проявляється наступним чином: сім'я забезпечує базисне почуття безпеки, гарантуючи безпеку дитині при взаємодії із зовнішнім світом, освоєнні нових способів її дослідження та реагування. Діти вчаться у батьків певним способам поведінки, засвоюючи певні готові моделі поведінки. Батьки є джерелом необхідного життєвого досвіду. Батьки впливають на поведінку дитини, заохочуючи або засуджуючи певний тип поведінки, а також застосовуючи покарання або допускаючи прийнятну для себе ступінь свободи в поведінці дитини. Спілкування в сім'ї дозволяє дитині виробляти власні погляди, норми, установки та ідеї [2].

Висновки. Отже, сім'я – це перший та найбільш значущий виховний інститут у житті людини, результатом виховного впливу якого має стати формування соціально зрілої, пристосованої до реальних суспільних умов особистості. Особливостями виховного впливу сучасної сім'ї є такі: піклування про розумовий, моральний, естетичний і фізичний розвиток дитини, забезпечення її базисного почуття безпеки, формування позитивних моделей поведінки дитини.

Література

1. Алєксєєнко Т. Ф. Виховний потенціал сім'ї в сучасних умовах / Т. Ф. Алєксєєнко // Український соціум. – К., 2008. – С. 63-67.

2. Кузьмінський А. І. Педагогіка родинного виховання : навчальний посібник / А. І. Кузьмінський, В. Л. Омеляненко. – К. : Знання, 2006. – 324 с.
3. Курахіна І. І. Виховання дітей у сучасній сім'ї / І. І. Курахіна // Педагогічна газета. – 2006. – 7 липня. – С. 16-18.
4. Соціальна робота : Короткий енциклопедичний словник в 6 т. // Соціальна робота. Книга 4. – К.: ДЦССМ, 2002. – 536с.

Олійник Ірина
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. пед. н. Соловйова Т.Г.

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ КОЛЕКТИВУ ВОЛЕЙБОЛЬНОЇ КОМАНДИ ПІДЛІТКІВ

Постановка проблеми. Актуальність цієї теми обумовлюється тим, що спортсмени проводять дуже багато часу на тренуваннях та змаганнях, постійно перебуваючи в команді, тому формування колективу волейбольної команди підлітків є дуже важливим у розвитку як моральних цінностей, так і у досягненні спортивних результатів окремого спортсмена та волейбольної команди в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасних наукових працях з проблеми дослідження колективу та процесу його формування було показано, що найбільш вивченими є такі аспекти: соціальний розвиток особистості в колективі (С.Русова, В.Сухомлинський, К.Ушинський), структура колективу (Г.Селевко), організація життєдіяльності в колективі (Л.Новикова), онтологія колективної дії (Д.Белл), виховання особистості через колектив (К.Юдіна, С.Якшина), дитина в колективі однолітків (соціальний аспект підготовки до школи) (Л.Якименко), соціалізація особистості через колектив (І.Бех) тощо.

Метою є теоретичний аналіз особливостей формування колективу волейбольної команди підлітків, та його вплив на життя людини.

Виклад основного матеріалу. Особистість не може існувати ізольовано у суспільстві: всі її найкращі якості, вміння та риси характеру виявляються в колективі [5]. Лише в атмосфері колективу з його гуманно-етичними взаємовідносинами можлива плідна, творча діяльність кожного індивіда, створюються реальні умови для всебічного розвитку спортсмена-підлітка.

Людина постійно знаходиться у русі, здобуває нові знання і обмінюється інформацією з оточуючими [1]. У гравців волейбольної команди підлітків теж формуються нові погляди та інтереси. Розглядаючи волейбольну команду окремо, можна зрозуміти, що це певний мікросоціум, для якого дуже важливо становлення колективу.

Однак, колектив, як невід'ємна складова цілісного суспільного організму, не зводиться до сукупності індивідів, об'єднаних лише на основі формальної організації, або за ознаками комунікації. Єдність його характеризується, головним чином, відносинами, взаємними діями його членів, об'єднаних спільною метою [4].

Колектив волейбольної команди підлітків володіє значними потенційними можливостями для розвитку та становлення особистості, в ньому відбувається засвоєння особистісно-суспільних ідеалів, цінностей. Колектив виступає головною сферою виявлення індивідуальних можливостей та здібностей, в ньому відбувається формування і вдосконалення позитивних якостей спортсмена.

Велике значення для становлення особистості мають такі характеристики колективу, як різноманітність характерів та здібностей його членів, різноманіття форм і змісту їх сумісної діяльності, спілкування [3].

Виникнення і формування міжособистісних взаємин у спортивних колективах відбуваються у відповідності до загальних закономірностей і проходять складний, але завжди односпрямований шлях, який можна розділити на кілька етапів:

1) перетворення потреби у стійкий інтерес до тієї чи іншої діяльності, здатної задовольнити потребу;

2) порівняння і оцінка своїх фізичних можливостей, здібностей з вимогами тієї діяльності, у якій слід взяти участь;

3) формування мотиву поведінки, спрямований пошук діяльності, здатної задовольнити потребу;

4) встановлення контактів і зв'язку з тренером, і спортсменами у процесі діяльності;

5) виникнення формальних, взаємовідносин, які сприяють задоволенню потреби;

6) виникнення симпатій, переваг, дружби, спільних інтересів і захоплень з урахуванням формальних взаємовідносин;

7) формування неформальних відносин [2].

Висновки. Отже, колектив – це соціальна спільність людей, об'єднана на основі суспільно-значущих цілей, спільних ціннісних орієнтацій, спільної діяльності та спілкування. Спортивний колектив – це соціальний організм, що об'єднує спортсменів для спільної діяльності по досягненню загальних для групи (а не лише індивідуальних) цілей. За результатами аналізу наукової літератури можна зробити висновок, що питання визначальної ролі колективу у розвитку підлітка-волейболіста та формування умінь колективної взаємодії потребує більш ґрунтовного наукового аналізу.

Література

1. Бех І. П. Колектив як чинник виникнення унікальної ситуації виховання особистості // Дір . шк. - 2002. - № 6 (лют.). - 148 с.

2. Кретти Б.Д. Психология в современном спорте. - М.: ФиС, 2000. – 224 с.

3. Погоріла І.С. Проблеми особистості та колективу в системі виховної роботи // Рідна школа. - 2002. - № 6. - 197 с.

4. Сметанській М.О., Галузяк В.О. Проблема виховання особистості у колективі в теоретичній спадщині А.С. Макаренка та В.О. Сухомлинського / / Рідна школа. - 2002. - № 8-9. - 214 с.

5. Сухомлинський В.О. Колектив як знаряддя виховання / / Сільська школа України . - 2004. - № 10. - 178 с.

Сідельнікова Алина
студентка 3 курсу ф-ту СПП
Наук.кер: к. пед. н., проф. Заверико Н.В.

РОЗВИТОК РУХУ «РІВНИЙ - РІВНОМУ» СЕРЕД УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ НА ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ

На сьогоднішній день в Україні простежується тенденція до збільшення проявівсоціально негативної поведінки серед дітей та молоді. Ряд несприятливих соціокультурних умов призводить до прилучення дітей та підлітків до вживання нікотиновмістних виробів, алкоголю, наркотиків, до раннього статевого життя.

Відомчий підхід, котрий спрямований лише на боротьбу з наслідками негативних явищ, не тільки виявився безперспективним, а й став причиною розчарування, роздратованості, соціальної апатії серед молоді [1].

На противагу такому підходу був запропонований новий, а саме – Концепція освіти «Рівний – рівному». На сьогодні ця Концепція тісно переплітається з національною системою освіти, адже в ній закладені ідеї її реформування, її орієнтація на утвердження здорового способу життя, розвиток духовно, психічно, фізично і соціально здорової особистості, розширення демократичної взаємодії з молоддю.

На початку XX ст. у пошуках нових ефективних освітніх технологій у вітчизняних науковців і практиків виник великий інтерес до методу освіти «рівний-рівному». До середини XIX ст. метод освіти «рівний – рівному» не був самостійним методом навчання, а лише використовувався в сукупності з іншими у європейській школі. І вже в середині XX ст.

даний метод почав впроваджуватись як самостійний в Західній Європі та Північній Америці. Високу ефективність метод здобув саме в просвітницькій роботі із запобігання негативним явищам серед молоді.

Переваги методу «рівний – рівному» у тому що, по-перше - підлітки більше часу спілкуються один з одним, по-друге - краще розуміють потреби свого оточення, по-третє - на відміну від дорослих, розуміють субкультурну мову, по-четверте - присутній високий рівень довіри, велика можливість до розуміння і наслідування поведінки, по-п'яте - дані послуги не є економічно затратними, тобто безкоштовні [1].

Проблемами розвитку національних традицій формування здорового способу життя опікуються також такі молодіжні організації як «Січ», що розвиває ідеї та методи здорового способу життя в Східній Україні, «Пласт» (західні регіони України). Асоціація гайдів України також є ініціатором поширення ідей здорового способу життя. Активна діяльність соціальних служб, особливо волонтерський рух є тими факторами, котрі сприяють розвитку методу освіти «рівний – рівному».

Метод «рівний – рівному» - це спосіб передачі достовірної, соціально значущої інформації від підлітка підлітку під час неформального або особливим чином організованого спілкування. Головною умовою засвоєння превентивних знань є довіра учнів до підлітка-інструктора [3].

У застосуванні методу «рівний – рівному» важливою умовою є врахування психологічних особливостей підліткового віку, таких як прагнення позитивної оцінки з боку ровесників та дорослих, намагання «влитися» в колектив і почуватися у ньому комфортно, можливість самореалізації та самоствердження в колі ровесників, відчуття рівності поряд з педагогами та фахівцями, які разом з підлітками займаються пропагуванням здорового способу життя, потреба в активному, незалежному, творчому пізнанні світу і себе як особистості тощо.

Результатом активної просвітницької роботи щодо здорового способу життя за методом «рівний – рівному» є навчання підлітка конструктивному спілкуванню з однолітками та дорослими, усвідомлення своїх прав та обов'язків щодо свого здоров'я, навчання толерантному ставленню до інших, а також розвиток вмінь шукати корисну інформацію, аналізувати її, грамотно аргументувати свою думку. Навчання однолітків однолітками – процес, що базується на вже існуючому обміні інформацією і проходить у формі взаємодії з групами молодих людей. Мета такої роботи полягає: по-перше, в забезпеченні молодого контингенту точною інформацією та спростуванням поширених в молодіжному середовищі стереотипів та міфів; по-друге, в допомозі розвинути їм навички, з метою ефективності їх спілкування з однолітками [2]; по-третє, в створенні умов для самовдосконалення та самореалізації підлітків.

Отже, навчання здоровому способу життя за методом «рівний –рівному» - це суспільно корисна діяльність молоді, покликана забезпечити усвідомлене ставлення до свого здоров'я та до своєї особистості, вміння та навички щодо здорового способу життя. Основою дії описаного методу є головним чином профілактика соціально негативної поведінки, що у свою чергу веде до негативних явищ, котрі погіршують здоров'я молодої особистості.

Література

1. Концепція освіти «рівний – рівному» щодо здорового способу життя серед молоді України/ В.М.Оржеховська, О.І. Пилипенко, Л.І. Андрущак – К., 2002. – 20 с.
2. Заверико Н. В. Навчання однолітків однолітками: зарубіжний досвід: Наукові записки Вінницького держ. ун-ту ім. М. Коцюбинського. – 2000. – Вип. 3. – С. 66 - 70.
3. Превентивна робота з молоддю за методом «рівний – рівному»: Навч. посібник / За ред. І.Д. Звєрєвої. – К.: Навч. Книга, 2002. – 256 с.

Суслова Анастасія
студентка 3 курсу ф-ту СПП
Наук.кер.: к.пед.н., проф. Заверико Н.В.

СКАУТИНГ ЯК МЕТОД ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ТА МОЛОДІ

Аналіз світового досвіду з навчання, розвитку та виховання дітей і молоді виразно свідчить про дієвість й ефективність скаутської навчально-виховної системи. Вона працює понад 100 років у 217 країнах і охоплює понад 38 мільйонів скаутів. Скаутинг як виховна система і широкий світовий рух вплинув на виховання української молоді, залишив слід у громадсько-політичному житті України ХХ ст.

Дослідники українського скаутського руху переважно належали до середовища скаутських діячів і тому добре розуміли значення детального висвітлення його історії. Значна кількість праць стосується історії української скаутської організації «Пласт» певних місцевостей: Галичини (Л. Беч, О. Бойчук, М. Мінчак та ін.); Буковини (А. Жуковський); Волині (В. Боровський, П. Львович); Закарпаття (М. Бажанський, Л. Довгович, В. Немилівський, С. Пап-Пугач); еміграції (Ю. Гончаренко, М. Закоморний, Є. Кульчицький, С. Наріжний та ін.); центральної та східної Україні (Л. Бачинський, П. Богацький, Ю. Гончаренко, Е. Деслав, В. Плющ тощо).

З 1990 року завдяки І. Юхновському та іншим представникам української інтелігенції «Пласт» відроджується в Україні. 29 грудня 1992 р. Міністерством Юстиції України організація «Пласт» зареєстрована на Всеукраїнському рівні. Скаутинг – це навчально-виховна система, що ґрунтується на загальнолюдських цінностях, які відображені в скаутському законі і обіцянці. Навчально-виховна система скаутингу полягає у використанні скаутських методик та педагогічних технологій на основі активізації діяльності дітей-гуртківців [3, с. 29].

Скаутська навчально-виховна система складається з восьми складових частин [2, с. 8]: скаутський закон (кодекс життя кожного скаута й всіх членів Скаутської організації); скаутська обіцянка (особисте зобов'язання, яке кожен парубок чи дівчина дає перед групою однолітків, коли вирішують приєднатися до Скаутського руху); навчання та виховання через справу (дієвий підхід до освіти та виховання в Скаутському русі); самоврядування в малих групах (командна система (або система патрулів, як її часто називають) передбачає самостійну організацію дітьми їх колективної життєдіяльності, планування колективних творчих діл та комфортних взаємовідношень, їх реалізація й оцінка); система символів (основа, що персоніфікує виховну пропозицію для певного вікового діапазону). Ціль пластових символів – глибше зміцнювати уяву, дух шукання пригод, здатність молоді до творчості й винахідливості, стимулюючи розвиток, згуртованість і солідарність в середині групи. У кожній віковій групі є своя індивідуальна символічна основа, що відповідає рівню зрілості вікової групи й сконцентрована на певних виховних потребах, характерних для певної вікової групи); прогрес особистості (особистісне зростання допомагає кожній дитині розвинути внутрішню мотивацію, щоб бути свідомо й активно залученою у свій власний розвиток. Для ефективного зростання дитини обов'язково повинен бути розроблений план особистого розвитку для кожного учасника патруля); життя в гармонії з природою; підтримка дорослих, які у скаутингу виконують роль наставників. Від них залежить, чи зможуть діти взяти на себе відповідальність у вирішенні складних організаційних питань. Скаут-лідер повинен наділити юних скаутів реальними повноваженнями, переконати дітей у тому, що крім них виконати ці повноваження ніхто не зможе, що їх колективна справа має велику значимість. Означені складові скаутської навчально-виховної системи діють виключно спільно, невідривно одна від іншої.

В Запорізькій області реалізація скаутської навчально-виховної системи відбувається на базі комунального закладу «Запорізький обласний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді» Запорізької обласної ради (ЗОЦТКУМ). Одним із інструментів скаутської навчально-виховної системи є проведення польових таборів. В Запорізькій області за

підтримкою ЗОЦТКУМ, п’ять років поспіль, проводиться практикум «Гілея» (так Геродот називав дніпровські плавні (Великий Луг) з метою відродження скаутського руху в Запорізькій області на засадах патріотизму, любові до України, поваги до народних звичаїв, традицій, національних цінностей Українського народу та формування здорового способу життя [1, с. 2].

Практикум проводиться у Василівському районі Запорізької області на турбазі «Лиса Гора», у ньому беруть участь представники міст і районів області з числа учнів, вихованців загальноосвітніх і позашкільних навчальних закладів, членів дитячо-громадських організацій, зацікавлених в участі у Скаутському Русі. Головною особливістю практикуму «Гілея» є те, що він має завершений цикл: дає знання, закріплює і перевіряє їх у цікавій ігровій формі. Кожного року практикум має різні тематики, до яких підбираються символіка, атрибути, теми інтерактивних занять. Учні мають можливість поринути у світ тієї або іншої спрямованості практикуму за допомогою ігрових форм.

Досвід проведення скаутського практикуму показав, що він є дієвою формою навчання і виховання юних скаутів та підвищення кваліфікації педагогів, які з ними працюють.

Література

1. Бородин С. Запорожские скауты : беседа с руководителями Центра прикладного краеведения, на базе которого формируется скаутская организация / С. Бородин, Ю. Вилинов // Наш город. – 1996. – 4 апреля. – С. 2.
2. Галата С. Скаутинг: дитяча конституція: «100 років українського скаутингу: історія та перспективи розвитку» / С. Галата // Освіта України. – 2012. – № 49. – С. 8 - 9.
3. Ярова Л. Скаутинг як педагогічна система / Л. Ярова // Трибуна. – 1998. –№ 5 - 6. – С. 29 - 30.

Таран Надія
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. пед. н., ст. викл. Соловйова Т.Г.

ТРУДНОЩІ У ВЗАЄМОВІДНОСИНАХ ПОДРУЖНІХ ПАР ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ

Постановка проблеми. Зростання несприятливих соціальних та економічних тенденцій призводить до загострення проблем уразливих верств населення, особливо це стосується сімей людей з особливими потребами. Сучасний стан соціально-педагогічної практики показує недостатність змін у ставленні до людей з особливими потребами та недостатню ефективність роботи, яка проводиться з ними.

Успішність самореалізації у тій чи іншій сфері життя залежить від різних обставин, в тому числі й ступеня адаптованості людей з особливим потребами до тих чи інших відхилень. Виходячи з цього, актуальності набуває організація соціально-педагогічної роботи з подружніми парами, спрямованої на підвищення рівня їх адаптації до життєвих умов та особливостей сімейного життя, ускладнених інвалідністю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В соціально-психологічному аспекті становлення людини з особливими потребами досліджувалось в працях Л. Божович, Б. Братусь, Л. Виготського, Б.Зейгарника, В. Мухіної, М. Раттера, В. Штерна. З позиції соціальної педагогіки це питання в різних аспектах вивчали Ю. Богінська, О. Глузман, М. Євтух, І. Іванова, А. Капська, Л. Міщик та інші. Але багато проблемних питань саме щодо взаємовідносин між людьми з особливими потребами залишаються невивченими. Це є підставою для подальших досліджень в даній сфері.

Метою статті є визначення труднощів у взаємовідносинах подружніх пар людей з особливими потребами, а також можливих соціально-педагогічних аспектів подолання цих труднощів.

Створення власної сім'ї – природний процес в онтогенезі будь-якої людини. Основні функції сімейного подружжя полягають у задоволенні матеріальних, виховних, емоційних, духовних, сексуальних і інших потреб людини. Створення сім'ї, що складається з подружжя з інвалідністю, вигідно для суспільства в цілому, оскільки знижує його витрати на утримання самотнього інваліда. Але в нашій країні мало уваги приділяється сім'ям людей з особливими потребами [1].

В багатьох випадках люди з особливими потребами реально оцінюють свої можливості в побуті і сімейному житті і в самообслуговуванні. Після створення людьми з особливими потребами своєї сім'ї, крім позитивних моментів у житті з'являються і негативні. Молодята зазвичай живуть з батьками одного з подружжя. Останні сприймають нового члена сім'ї як ще один тягар і об'єкт їхнього піклування. У матерів часто з'являється упередження, що чоловік / дружина з причини фізичної вади не зможе забезпечити комфортного життя її «дитині». Через це починаються конфлікти. Для попередження подібної ситуації, по-перше, необхідно проводити роз'яснювальну роботу з батьками молодят з метою профілактики міжособистісних внутрішньосімейних конфліктів. По-друге, забезпечити молоду сім'ю людей з особливими потребами власним і комфортним для них житлом. Для нормального життя необхідно переобладнати житлову площу так, щоб вони змогли самостійно себе обслуговувати і доглядати за своїми дітьми. Навіть якщо подружжя людей з особливими потребами мають власне житло, труднощі можуть виникнути і у розділенні обов’язків стосовно хатньої роботи. У сили фізичних обмежень людина не в змозі виконувати в повному обсязі всю роботу, пов’язану с побутом. Тому дуже важливо проводити консультативну роботу з подружжям з приводу взаєморозуміння та взаємодопомоги один одному [2].

В більшості випадків люди з особливими потребами створюють сім’ї з людьми, які також мають певні вади, лиш незначний відсоток вступає у шлюб зі здоровою людиною. Конфлікти в сімейних відносинах можуть виникати також через завищені та нереальні очікування здорової людини від шлюбу з людиною з інвалідністю. Виходячи з цього можна виділити напрямок соціально-педагогічної роботи – підготовка людей з особливими потребами до подружнього життя (проведення тренінгів, бесід, лекцій, індивідуальне консультування) [3].

Висновки. Багато з тих труднощів, з якими стикаються люди з особливими потребами та їх сім'ї, виявляються досить стандартними – виникають вони з причини упереджень по відношенню до людей з особливими потребами з боку оточуючих, забобонів і досить типових в сімейному житті міжособистісних конфліктів. Сім'я людей з особливим потребами - така ж як і всі, але в ній існують зони ризиків, формованих соціальним осудом і відсутністю соціальної підтримки з боку професіоналів і суспільства.

Література

1. Жить инвалидом, но не быть им. Сборник / Под ред. Л. Л. Коноплина. – Екатеринбург, 2000. – 618с.

2. Подготовка детей-инвалидов к семейной и взрослой жизни. Пособие для родителей и специалистов / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой. – Издание 2-е, дополненное. Саратов: ООО Издательство «Научная книга», 2007. - 188 с.

3. Долгалев Б.А. Социально- психологические проблемы инвалидов / Долгалев Б.А., Ладикова В.Н. - Под ред. В.С. Кукушина: Ростов н/Д.: Знание, 2000. – С. 24 - 32.

Чубар Людмила
студентка 5 курсу фак-ту СПП
Наук. кер.: к. пед. н. Соловйова Т.Г.

РОЗВИТОК ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ МОЛОДІ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В УМОВАХ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ЦЕНТРУ СОЦІАЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Розвиток творчих здібностей - це один із головних засобів закріплення емоційно-вольової регуляції, підвищення емоційного тонусу особистості, а також актуалізації позитивної гами переживань, яка супроводжує переживання радості від зробленого, почуття впевненості у своїх силах, у своїх творчих можливостях. Розвиток і вдосконалення творчих здібностей молоді з особливими потребами дозволяє їм виробити навички знаходити ефективні рішення для будь-яких проблем. Усвідомлене цілеспрямоване використання творчого мислення дає можливість особистості досягти бажаного результату, самореалізуватися.

На даний час недостатня теоретична та практична база розв'язання даної проблеми. Великого значення в організації роботи з розвитку творчих здібностей набувають праці В. Сухомлинського, в яких розглядаються питання теорії і практики навчання, виховання й розвитку дітей; видатних педагогів: О.М. Савченко, Т.А. Ільїної, М.А. Данилова та інших, які вивчали методи, умови формування творчості та принципи творчої активності особистості; видатних психологів: Л.С. Виготського, С.Л. Рубінштейна, Дульнєв Г.М та інших, в роботах яких розглядаються особливості розвитку творчих здібностей, пізнавальних процесів і мовлення у людей з особливими потребами.

Актуальність і педагогічна значущість цієї проблеми як у площині теоретичного осмислення, так і практичного втілення в навчально-виховний процес зумовили вибір теми статті «Розвиток творчих здібностей молоді з особливими потребами в умовах територіального центру соціального обслуговування».

Мета: висвітлити актуальні форми та методи розвитку творчих здібностей молоді з особливими потребами в умовах територіального центру соціального обслуговування.

Не лише дорослі, але й молодь можуть мати особливі потреби. Молодь з особливими потребами – це молодь, можливості якої обмежені через її фізичні або розумові, психічні відхилення. Через хворобу, спадковість, сильне нервове потрясіння, травми, одержані через власну необережність чи небезпечну поведінку інших, вони опинилися в складних умовах. Вони мають потреби в лікуванні, піклуванні дорослих, спілкуванні з ровесниками, саме так вони мають потребу і в розвитку творчих здібностей [2].

На думку С. Рубінштейна, творчість – діяльність людини, яка створює нові матеріальні і духовні цінності, які, в свою чергу, мають суспільну значущість.

Американський психолог Фромм зазначає, що творчі здібності – це здатність дивуватися і пізнавати, вміння знаходити рішення в нестандартних ситуаціях; це спрямованість на відкриття нового і здатність глибокого усвідомлення свого досвіду.

Для того щоб розвивати творчі здібності молоді з особливими потребами спеціалісти територіальних центрів використовують різні форми та методи розвитку творчих здібностей даної категорії. Також спеціалісти використовують такі напрямки роботи як соціально-побутова адаптація, організація дозвілля, реабілітація та ін. [3].

Існують наступні форми роботи з розвитку творчих здібностей молоді з особливими потребами: індивідуальні та групові заняття; тренінги; різні заходи (виставки та ін.); майстер класи молоді з особливими потребами та ін..

А також використовують такі методи та методики: заняття вокалом; танцювальна терапія; гімнастика пальців (розвиток мілкої моторики); малювання предмета та його усний опис; читання та ілюстрування прочитаного; проведення рольових ігор за прочитаним; вправи «Незакінчені фігури», «Чарівні плями», «Будиночок».

Так, використовуючи гру, набагато легше розвивати зв'язне мовлення молоді зі зниженим слухом. Окремо можна згадати про значення театру, де головні актори – сама

молодь з особливими потребами. Заняття в такому театрі допомагають їм сформувати правильну модель поведінки в сучасному світі, підвищити загальну культуру, ознайомити з літературою, музикою, образотворчим мистецтвом, правилами етикету, обрядами, традиціями.

Підводячи підсумок можна сказати, що найбільш інтенсивно процес творчого розвитку молоді з особливими потребами відбувається під час практичної діяльності. Для більш глибокого вивчення даного питання було б доцільно провести дослідження, щодо найбільш ефективних форм та методів роботи спеціалістів з молоддю з особливими потребами по розвитку їх творчих здібностей та їх вплив на саму особистість та її подальше життя і розвиток.

Література

1. Рубінштейн С.Я. Психологія розумово відсталого школяра / С.Я. Рубінштейн - М.: Просвітництво, 1986. С. 3-150.
2. Дубровіна І.В. Робоча книга шкільного психолога / І.В. Дубровіна. – М.: Просвящение, 1991. С. 90-163.
3. Шевченко С.Г. Корекційно - розвивальне навчання: Організаційно - педагогічні аспекти / С.Г. Шевченко - М.: Гуманітарний видавничий центр Владос, 1999.- С.64-70.

СЕКЦІЯ «МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ»

Артеменко Анатолій
студент 2 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Стєганцева П.Г.

ЗНАХОДЖЕННЯ ЗАГАЛЬНОГО ЧЛЕНУ ОДНІЄЇ ПОСЛІДОВНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ТВІРНИХ ФУНКЦІЙ

Постановка задачі.

Дана послідовність 1,11,31,41,61,71,91,… Знайти формулу її загального члену.

В такій постановці ця задача виникла в дослідженнях з алгебри та теорії чисел. Першим кроком для її розв’язання є отримання рекурентного співвідношення. Виявилось, що це співвідношення не є лінійним, тому для його розв’язання запропоновано використати твірні функції.

Основна частина.

Оскільки різниця будь-яких двох членів даної послідовності, різниця номерів яких дорівнює 2, є постійною, а саме дорівнює 30, то отримаємо таке рекурентне співвідношення і початкові умови:

$$a_n = a_{n-2} + 30;\ \ a_0 = 1,\ a_1 = 11;\ n \geq 2 \tag{1}$$

Нехай функція

$$f(x) = a_0 + a_1 x + a_2 x^2 + \cdots + a_n x^n + \cdots \tag{2}$$

є твірною для шуканої послідовності. Тоді функція

$$x^2 f(x) = a_0 x^2 + a_1 x^3 + a_2 x^4 + \cdots + a_{n-2} x^n + \cdots \tag{3}$$

буде твірною для послідовності

$$0, 0, a_0, a_1, a_2, \ldots, a_n, \ldots$$

Далі розглянемо нескінченно спадну геометричну прогресію:

$$1, x, x^2, x^3 \ldots, x^n, \ldots$$

Відомо, що сума всіх її членів знаходиться за формулою

$$S = \frac{1}{1-x},$$

тобто функція $g(x)=\frac{1}{1-x}$ є твірною функцією послідовності $1,1,\dots,1,\dots$. Функція $30g(x)$ буде твірною для послідовності $30,30,\dots,30,\dots$.

Знайдемо вигляд різниці $(2)-(3)-30g(x)$ і отримаємо:

$$f(x)-x^2f(x)-\frac{30}{1-x}=(a_0-30)+(a_1-30)x+(a_2-a_0-30)x^2+$$
$$+(a_3-a_1-30)x^3+\dots+(a_n-a_{n-2}-30)x^n+\dots$$

В правій частині усі доданки виду $(a_n-a_{n-2}-30)x^n=0$ при $n\geq 2$, отже маємо

$$f(x)(1-x^2)=\frac{30}{1-x}-29-19x$$

або

$$f(x)=\frac{19x^2+10x+1}{(1-x)(1-x)(1+x)}.$$

Застосовуючи метод невизначених коефіцієнтів, запишемо розклад функції $f(x)$ на елементарні дроби:

$$f(x)=\frac{-33}{2(1-x)}+\frac{15}{(1-x^2)}+\frac{5}{2(1+x)}.$$

Перший і третій доданки є сумами нескінченно спадних геометричних прогресій з першими членами 1 і знаменниками *x* та –*x* відповідно. Функція $\frac{1}{1-x^2}$ є твірною для послідовності $1,2,3,\dots,n,\dots$ Таким чином, твірна функція шуканої послідовності має вигляд

$$f(x)=-\frac{33}{2}\sum_{n=0}^{\infty}x^n+15\sum_{n=1}^{\infty}nx^{n-1}+\frac{5}{2}\sum_{n=0}^{\infty}(-1)^nx^n.$$

Тепер ми можемо виписати коефіцієнт a_n при x^n, він має вигляд

$$a_n=-\frac{3}{2}+15n+\frac{5}{2}(-1)^n. \quad (4)$$

У разі необхідності можна користуватися формулами:

$$a_n=\begin{cases}1+30k, & n=2k\\ 11+30k, & n=2k+1\end{cases}, k=\overline{0,\infty}$$

Наприклад, 100-ий член цієї послідовності дорівнює $1+30\cdot 50=1501$, а 289-ий член – $11+30\cdot 289=8681$.

Висновки. Задання послідовності явною формулою її загального члена має певні переваги над рекурентним заданням і тому часто виникає задача розв'язання заданого або отриманого рекурентного рівняння. Для нелінійних рекурентних рівнянь метод твірних функцій є досить потужним. В даній роботі цей метод був застосований до розв'язання конкретної задачі, яка виникла в алгебраїчних дослідженнях.

Література

1. Он-лайн энциклопедия целочисленных последовательностей [Электронный ресурс] – Режим доступу: https://oeis.org/?language=russian. – Назва з екрану.
2. Бондаренко М.Ф. Поняття про продуктивні функції. / М.Ф.Бондаренко, Н.В.Білоус, А.Г.Руткас // Комп'ютерна дискретна математика. – Харків: Компанія СМІТ, 2004. – С.443-444.

3. Ландо С.К. Производящие функции для известных последовательностей. Геометрическая прогрессия. / С.К.Ландо // Лекции о производящих функциях. – 3-е изд., испр. – М.: МЦНМО, 2007. – С.21.

Балабанова Валерія
студентка 3 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Ткаченко І.Г.

КРАВЧУК МИХАЙЛО ПИЛИПОВИЧ – ГЕНІЙ СВОЄЇ ЕПОХИ

Михайло Пилипович Кравчук народився 27 вересня 1892 р. у селі Човниця Волинської області в сім'ї землеміра. Навчався Михайло в Луцькій гімназії, де виявив особливі здібності до математики і споріднених з нею дисциплін. Перша спроба вступити до Київського університету не мала успіху, але за наполяганням прогресивної частини ради університету Кравчука було прийнято на фізико-математичний факультет. Там він відвідував семінари Б.Я. Букреєва та Д.О. Граве, де проводив дослідження в галузі теорії функцій, математичного аналізу, вищої алгебри та варіаційного числення, теорії груп, лінійної алгебри, теорії алгебраїчних чисел, матриць та квадратичних форм.

Навесні 1914 року він успішно склав державні іспити за курс університету й одержав диплом першого ступеня. У лютому 1915 року Кравчук залишився працювати при університеті для підготовки до професорського звання. Одночасно Михайло Пилипович збирав і науково обґрунтовував українську математичну термінологію. Через деякий час безпосередню брав участь у створенні підручників для нових шкіл, для чого він, навіть, на деякий час поїхав у село та вчителював у сільській школі. Наприкінці 1920 року Михайла Пилиповича викликали назад у Київ. З січня 1921 року М.П. Кравчук почав читати курс лекцій з математики в Київському політехнічному інституті, а наступного року – в Київському інституті народної освіти.

У 1925 році Михайло Пилипович отримав звання професор. На цей час він очолює кафедри вищої математики кількох столичних вузів, працює деканом Інституту народної освіти, а пізніше ще й виконує обов'язки вченого секретаря Всеукраїнської академії наук. Його лекції відвідують не лише математики, а й фізики, хіміки, біологи, навіть історики та філологи.

29 червня 1929 року Всеукраїнська Академія наук обирає професора Михайла Пилиповича Кравчука своїм дійсним членом. На цей час він уже мав понад вісімдесяти опублікованих наукових праць.

Учений ще з більшою наполегливістю й енергією продовжував свої творчі пошуки, зосереджуючи всю увагу на нових проблемах теорії моментів та доводив результати досліджень до таких форм, що їх практично можна було застосовувати в математичній статистиці та математичній фізиці. У результаті побачила світ двотомна монографія «Застосування способу моментів до розв'язування лінійних диференціальних та інтегральних рівнянь».

У першій половині 30-х років Михайло Пилипович приділяє велику увагу методиці викладання математики у вищій та середній школах. Разом із своїми учнями він пише ряд підручників для вищої школи. Особливого значення надавав академік Кравчук математичній освіті інженерно-технічних та педагогічних кадрів.

Михайло Кравчук є автором понад 180 наукових робіт, в тому числі більше десяти монографій з різних галузей математики: алгебри та теорії чисел, теорії функцій дійсної та комплексної змінних, теорії диференціальних та інтегральних рівнянь, математичної статистики й теорії ймовірностей тощо. Результати, отримані М. Кравчуком за роки наукової діяльності, можна віднести до таких основних напрямів: дослідження з теорії комутативних матриць, квадратичних та білінійних форм й лінійних перетворень, теорії алгебраїчних і трансцендентних рівнянь, теорії чисел; дослідження деяких питань теорії функцій дійсної та комплексної змінних; розробка проблем інтерполяції, розвиток способу найменших

квадратів у теорії наближеного розв'язування диференціальних та інтегральних рівнянь; створення та математичне обґрунтування узагальненого методу моментів, застосування його до наближеного розв'язання звичайних лінійних диференціальних рівнянь, рівнянь математичної фізики, інтегральних рівнянь тощо; розвиток теорії кореляції, застосування методу моментів в математичній статистиці; впровадження та застосування многочленів, пов'язаних з біноміальним розподілом, які отримали ім'я вченого.

Помер академік М. П. Кравчук у Магадані 9 березня 1942 р.

Михайло Пилипович був видатним математиком, який зробив надзвичайно великий внесок у розвиток науки. Методи Михайла Кравчука використані в США, Японії та інших країнах при моделюванні кібернетичної техніки. Також завдяки пошукам вченого І. Качановського стало відомо, що наукові праці Михайла Пилиповича широко використовували американські автори першого у світі комп'ютера. Його ім'я по праву знаходиться серед імен видатних світових математиків XX століття. Він назавжди залишив вагомий слід у розвитку української науки, в нелегкому русі нашого народу до національного і державного відродження.

Незабаром після проголошення незалежності України, у 1992 році відзначалося 100-річчя з дня народження М.П. Кравчука. Його ім'я було занесене ЮНЕСКО до Міжнародного календаря визначних наукових діячів. У тому ж році відбулися перші міжнародні наукові конференції, присвячені пам'яті академіка в Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут» та в Інституті математики АН України. Основна мета конференцій – узагальнювати, стимулювати наукові дослідження математиків, заразом віддаючи належне великому математику і патріоту України, який так багато зробив для розвитку математичної науки на своїй Батьківщині.

Література

1. Вирченко Н.О. К XV конференции памяти академика Михаила Кравчука / Вирченко Н.О., Гайдей В.О. // Киевский политехник, 2014.
2. Вірченко Н.О. Корифей української математики // Аксіоми для нащадків: Українські імена у світовій науці. Зб. нарисів / Н.О. Вірченко. – Львів: Істор.-просвіт. організ. «Меморіал», 1992. – С. 89-109.
3. Кравчук Михайло Пилипович // Вікіпедія. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кравчук_Михайло_Пилипович. – Назва з екрану.

Дзундза Наталія
студентка 2 курсу математичного фак-ту
Наук. кер. : ст. викл. Циммерман Г.А.

ІНТЕРАКТИВНА ДОШКА – ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ

Сучасна освіта потребує нових форм та методів організації навчання як багатоканального процесу передачі інформації, для яких головний результат – ефективність засвоєння знань.

Розглянемо модель навчання з використанням інтерактивної дошки. Інтерактивна дошка – пристрій, що поєднує в собі можливості звичайної маркерної дошки з можливостями комп'ютера. Разом з мультимедійним проектором дошка стає великим інтерактивним екраном. На ньому за допомогою електронного маркеру або дотиком руки до поверхні можна управляти демонстрацією навчального матеріалу.

Вчені відзначають, що чим більше систем сприйняття інформації людини задіяно в навчанні, тим краще і міцніше засвоюється матеріал [2]. Активне ж використання мультимедійної та інтерактивної техніки в навчальному процесі дає можливість використовувати різні види отримання інформації, засобами аудіо та відео формату.

Інтерактивна дошка використовує різні стилі навчання: візуальні, слухові або кінестетичні. Вона дозволяє зробити навчальний процес пізнавальним, захоплюючим, різностороннім (в залежності від цілей і завдань), творчим (використовувати найновіші досягнення в комп'ютерній технології), естетично привабливим (гармонійний інтерфейс, графіка, відео, анімація – спеціально підібрані для кожного заняття).

Отримати максимальну користь від використання інтерактивної дошки можна лише грамотно спланувавши роботу, підготувавши відповідні матеріали:

– визначити тему, мету і тип заняття;

– скласти тимчасову структуру заняття, відповідно до головної мети спланувати завдання і методичні підходи для їх досягнення;

– визначити етапи заняття з використанням інтерактивної дошки;

– підготувати навчальний матеріал, обрати найбільш ефективні засоби його презентації (врахувати норми для тривалості процедури демонстрації);

– зі знайденого матеріалу з використання спеціалізованого програмного забезпечення збирається презентаційна програма (за сценарієм).

Процедура використання інтерактивної дошки

Перед початком роботи інтерактивна дошка підключається до комп'ютера і проектора. Дошка налаштовується (калібрується). На дошці є лоток для маркерів, на лотку – контейнери, що відповідають за колір маркера, і ластик. За допомогою оптичного сенсора визначається який з інструментів взято з лотка. Верхня кнопка на панелі завантажує екранну клавіатуру.

На дошку виводяться підготовані презентаційні зображення, з якими реалізуються заплановані інтерактивні дії.

Інтерактивність – здатність взаємодіяти або знаходитися в режимі діалогу з ким-небудь (людиною) або з чим-небудь (наприклад, комп'ютером) [1].

На сьогоднішній день популярними інтерактивними дошками є SMART Board; Hitachi Starboard; Panasonic Panaboard.

До характерних можливостей цих дошок слід віднести:

– управління комп'ютерним зображенням за допомогою сенсорної поверхні дошки, як маркером, так і простим дотиком до поверхні (відкриття-закриття вікон, управління програмами, курсором «миші», екранною клавіатурою, зображення можна переміщати, масштабувати, обертати);

– редагування, збереження, імпортування, друк введеної графічної інформації (малюнків, записів, текстів);

– розпізнавання тексту – введений вручну текст автоматично розпізнається в електронному вигляді;

– запис (трансляція) виконаної роботи за допомогою спеціального універсального програвача;

– наявність спеціалізованого програмного забезпечення, сумісність з відомими операційними системами;

– прямий доступ до Інтернету;

– наявність галерей зображень – фотографій, карт, таблиць, портретів та ін.

Виявлено негативні моменти при роботі з інтерактивною дошкою:

– велика ціна у порівнянні зі стандартними дошками або ж проектором з екраном (в середньому 50-80 тис. грн.);

– чутливість поверхні до пошкоджень;

– зображення передане на поверхню дошки, може закриватися людиною, що знаходиться перед дошкою;

– обмежена кількість програмного забезпечення;

– великі витрати часу на підготовку занять (експерти оцінюють підготовку 1 якісної інтерактивної розробки у 50-100 годин).

Досвід використання інтерактивних дошок в Україні продемонстрував їх велику навчальну ефективність та водночас і витратність (час вчителя і фінанси навчального закладу).

Література

1. Горюнова М.А. Интерактивные доски и их использование в учебном процессе. – М.: BHV, 2010. – 336 с.
2. Мойсеюк Н.Є. Педагогіка: навчальний посібник. – 5-е видання, доповнене і перероблене. – К., 2007. – 638 с.

Згуровська Інна
студентка 1 курсу економічного фак-ту
Наук. кер.: к. пед. н., доц. Пшенична О.С.

ОГЛЯД СУЧАСНИХ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Однією з особливостей сучасного середовища є отримання, використання й обробка інформації та формування на її основі рішень, які визначають існування та подальший розвиток суспільства. Інформаційні системи (ІС) створюють для цього сприятливі умови, проте яким чином використовуватимуться досягнення інформатики залежить від відповідної галузі застосування. ІС відіграють важливе значення в різних сферах людської діяльності. Саме тому, створюються такі системи та програми, які можуть швидко та якісно працювати з інформацією, робити ефективною професійну діяльність фахівця.

Проблема використання інформаційних систем в роботі бухгалтера розглядають в своїх роботах Н. Валькова, С. Гаркуша, С. Івахнєнков, Є. Ковальчук, Я. Ткаль та ін.

Бухгалтер – це людина, яка працює з економічними даними: виконує розрахунки, аналізує інформацію та робить висновки. Головними перевагами використання інформаційних систем в бухгалтерському обліку є автоматизація, яка дає змогу швидко та якісно обробляти й передавати інформацію, надійно зберігати її та забезпечувати швидкий зовнішній і внутрішній її обіг. Однак, як зазначає Н. Валькова доречніше використовувати поняття бухгалтерська інформаційна система [1, с. 131].

Бухгалтерські інформаційні системи пройшли великий історичний шлях становлення й розвитку. Вони змінювалися паралельно зі змінами інформаційних технологій, програмних і апаратних засобів обробки інформації та трансформаціями систем обліку. На сучасному етапі існує безліч комп'ютерних програм, призначених для бухгалтерського обліку: «1С: Бухгалтерия», «Инфо-Бухгалтер», «Гектор-бухгалтер», «Буран» та ін. [3].

Найпопулярнішою з них є «1С: Бухгалтерия». «1С: Бухгалтерия» – це універсальна програма, яка дозволяє вести усі типи бухгалтерського обліку. Історія її розвитку тривала і спочатку це була окрема програма, що дозволяє будувати бухгалтерський баланс. На даний момент вона переросла в «1С: Предприятие» і стала комплексом програм бухгалтерського обліку. «1С: Бухгалтерия» є складовою частиною цієї системи програм. Успішне використання великою кількістю підприємств систем «1С: Бухгалтерия» свідчить про здатність цих систем забезпечити своєчасність і достовірність облікової інформації для прийняття управлінських рішень підприємствами та установами. Саме ці характеристики систем обліку є найважливішими для отримання непрямого економічного ефекту.

Також популярною програмою для ведення обліку є «Гектор-бухгалтер». Програма призначена для обліку і контролю наявності та руху матеріалів по місцях зберігання і експлуатації, формування сум передачі та списання матеріальних цінностей. Програма розрахована для експлуатації в неторгових організаціях. Програма дозволяє вести картотеку первинних документів різних видів (прибуткові ордери, вимоги, накладні, акти списання);

проводити інвентаризацію шляхом корекції залишків матеріальних цінностей на складах і у матеріально-відповідальних осіб в підрозділах організації та на об'єктах обліку; отримувати відомості руху і наявності матеріальних цінностей та ін. Звітність в програмі формується за допомогою генератора звітів. «Гектор-бухгалтер» може працювати як на окремому комп'ютері, так і в локальної обчислювальної мережі. Додатково до програми можуть бути підключені модулі роботи з платіжними дорученнями, дорученнями, рахунками, рахунками-фактурами.

Відомою та зручною програмою є «БУРАН». Бухгалтерська програма «БУРАН» призначена для ведення бухгалтерського обліку на підприємствах і організаціях різних форм власності, де облік ведеться на основі плану рахунків. Для державних установ додатково передбачений спеціальний режим бюджетного обліку. «БУРАН» є програмою комплексного обліку, дозволяє охопити наступні основні розділи обліку: повний синтетичний облік, облік матеріальних цінностей, облік основних засобів, взаєморозрахунки з дебіторами і кредиторами, розрахунковий рахунок, каса. Принцип роботи цієї програми простий: бухгалтер працює з первинними документами (накладні, платіжні доручення тощо), а потрібні проводки по кожному документу створюються програмою автоматично. Схема цих проводок настроюється бухгалтером.

Вивчення основних підходів до бухгалтерського обліку на підприємстві та можливостей інформаційних систем були виділені основні операції, які має виконувати бухгалтерська ІС (табл. 1).

Таблиця 1 – Порівняння можливостей бухгалтерських інформаційних систем

Операція	«1С: Бухгалтерия»	«Гектор-бухгалтер»	«Инфо-бухгалтер»	«Буран»	«ВС: Бухгалтерия 7.0»	«Domino-Бухгалтерия»
Фінансовий облік	+		+	+	+	+
Облік засобів і нематеріальних активів	+	+	+	+		+
Податковий облік	+	+	+		+	
Облік виробництва	+	+		+		+
Валютний облік	+		+	+	+	
Взаєморозрахунки	+	+		+		+
Розрахунок заробітної плати і відрахувань	+		+		+	+
Кадровий облік	+		+		+	
Спільна робота в мережі	+	+		+	+	

Таким чином, проведений огляд бухгалтерських інформаційних систем показав реалізацію в цих системах універсальних операцій обліку та виконання нарахувань. Це дозволяє ефективно вирішувати поточні завдання, які виникають на підприємстві. Автоматизація бухгалтерського обліку підприємства дозволить: користуватися базою даних, що відображає всю інформацію щодо діяльності підприємства; чітко розмежувати доступ до інформації для будь-якого співробітника; формувати повну і достовірну звітність щодо діяльності підприємства; оперативно отримувати інформацію для подальшого її опрацювання; підвищити ефективність роботи підприємства в цілому.

Література

1. Валькова Н. В. Система бухгалтерського обліку: структура та функції / Н. В. Валькова // Вісник Хмельницького національного університету : Економічні науки. – 2009. – № 6. – Т. 1 – С. 129-132.
2. Гаркуша С. А. Автоматизація облікових процесів: впровадження та переваги роботи системи / С. А. Гаркуша // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2012. – Вип. 4 (52). – С. 60-65.
3. Програми для бухгалтерії : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dyvoslovo.kiev.ua/. – Назва з екрану.
4. Ткаль Я. С. Особливості використання інформаційних систем і технологій в обліку / Я. С. Ткаль // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 2 (26). – С. 127–130.

Кияшко Юлія
студентка 1 курсу математичного фак-ту
Наук. кер. : к. тех. н., доц. Борю С.Ю.

РОЗРОБКА КОМП'ЮТЕРНОГО ТРЕНАЖЕРА В СИСТЕМІ ПРОГРАМУВАННЯ SCRATCH ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ УСНОМУ РАХУНКУ УЧНІВ 5-ГО КЛАСУ

Проблемою наступності переходу учнів з початкової школи в середню ланку є незадовільний рівень сформованості навичок усного рахунку. Це не дає можливості вирішувати повний обсяг навчального матеріалу у 5 класі з математики. Усний рахунок є однією з важливих компетентностей, необхідних дитині в житті. Для розв'язання цієї проблеми необхідно створити умови для можливості виконання більшого об'єму завдань, отримання результатів та визначення рівня умінь, викликати у учнів бажання розвиватися.

У сьогоднішньому світі стали популярними нетрадиційні засоби навчання – так звані комп'ютерні тренажери. Складність навчальної інформації зростає і виникає необхідність в оптимізації процесу навчання через систематизацію, деталізацію процесу подання навчального матеріалу і максимальну можливу візуалізацію. Для вирішення вказаних завдань все частіше використовують електронні програмні засоби навчання. Це пояснюється такими їх можливостями як мультимедійність, діалоговість, вибір темпу навчання.

Система програмування Scratch підходить для створення тренажера. Scratch має досить потужний математичний апарат, можливості для роботи із цілими числами та числами з десятковою комою, з рядковими змінними, цикли та оператори вибору.

За результатами попереднього дослідження з'ясувалося, що багато учнів зацікавлено ставляться до усного рахунку, але традиційні види роботи не дозволяють задовольнити потреби кожного учня, не дають можливості розвиватися кожній дитині індивідуально. Обмеження в часі не дає можливості вирішувати достатній обсяг прикладів письмово.

У роботі наведено опис комп'ютерного тренажеру, реалізованого в системі Scratch, який дає можливість збільшити об'єм прикладів для розв'язання, по закінченню роботи отримати результат виконаного завдання.

Це надає можливість підвищити ефективність навчання усному рахунку у цікавій формі, що відповідає віковим особливостям і потребам учнів та полегшує роботу вчителя при підведенні підсумків навичок усного рахунку кожного учня.

Література

1. Буйницька О.П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання: навчальний посібник / Буйницька О.П. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
2. Кудрявцева С.П., Колос В.В. Міжнародна інформація: навчальний посібник / Кудрявцева С.П. – К.: Видавничий дім «Слово», 2005. – 400 с.

Клименко Марина
студентка 4 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Клименко М. І.

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

Сьогодні можна стверджувати, що сучасна економіка з різноманітністю її засобів спостереження, методів обробки інформації та моделювання економічних систем стала значною мірою міждисциплінарним утворенням, що об'єднує багато галузей науки, таких як математика і інформатика, теорія ймовірностей та математична статистика тощо.

Застосування математичних методів дозволяє побудувати якісні статистичні моделі для прогнозування складних економічних явищ та різноманітних показників на різних рівнях економічних систем. Основою таких моделей здебільшого є аналіз часових рядів, зокрема їх вирівнювання за трендом. Для такого вирівнювання використовуються залежності у формі основних елементарних функцій [3].

Розглянемо побудову лінійної та квадратичної трендової моделей для прогнозування обсягів реалізації автомобілів ЗАТ «ЗАЗ». Вихідними даними для цього є дані ряду динаміки цього показника за період з 1998-2015 рр. [2].

Лінійна трендова модель для прогнозування має вигляд:

$$y = a + bt, \tag{1}$$

де параметри *a* та *b* розраховуємо за формулами (2) і (3).

$$a = \bar{y} - b\bar{x}, \tag{2}$$

$$b = \frac{\overline{yx} - \bar{y}\bar{x}}{\overline{x^2} - \bar{x}^2}. \tag{3}$$

Параметри квадратичної трендової моделі

$$y = a + bt + ct^2. \tag{4}$$

визначаємо з нормальної системи рівнянь методом найменших квадратів [1]. Для ряду динаміки, що досліджується, отримана лінійна трендова модель

$$y = -0{,}15b + 71{,}28. \tag{5}$$

Для цього ж ряду квадратична трендова модель має вигляд

$$y = -83{,}6 + 46{,}6t - 2{,}5t^2. \tag{6}$$

Для оцінки якості отриманих моделей використаємо середню похибку апроксимації, що обчислюється за формулою:

$$A = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\left|\frac{y_i - \tilde{y}_i}{y_i}\right| 100\% \tag{7}$$

Для лінійної моделі значення цього показника дорівнює 33,7%. Для квадратичної моделі відповідне значення складає 9,4%. Це свідчить про більшу точність квадратичної моделі для прогнозування.

Отримаємо прогнозне значення обсягу реалізації автомобілів на 2016 та 2017 рр. ($t = 19, t = 20$). За лінійною моделлю маємо: $y(19) = 68{,}5; y(20) = 68{,}2.$

За квадратичною моделлю отримуємо від'ємні значення показників обсягів продаж, тобто при збереженні існуючих ринкових тенденцій виробництво та реалізація даних автомобілів є недоцільною.

Отримані результати свідчать про стійку негативну тенденцію зміни динаміки обсягів реалізації вітчизняних автомобілів. Це підтверджує необхідність вжиття невідкладних заходів для підтримки українського автомобілебудування.

Література

1. Эконометрика: учебник / И.И. Елисеева, С.В. Курышева, Т.В. Костеева и др.; под ред. И.И. Елисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 576с.
2. Ряд динаміки обсягів реалізації автомобілів ЗАТ «ЗАЗ» у 1998-2015 рр., тис. одиниць. – Режим доступу: http://www.zaz.ua/about/about.html. – Назва з екрану.
3. Суслов В.И. Эконометрия / В.И. Суслов, Н.М. Ибрагимов, Л.П. Талышева, А.А. Цыплаков. – Новосибирск: Новосибирский государственный университет. –2005. – 742 с.

Костоглод Богдан
студент 4 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Кондрат'єва Н.О.
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Леонтьєва В.В.

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГРОМАДОЮ. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ПОКРОВСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Питання керування та розвитку територіальних громад із використанням інформаційних технологій на сьогоднішній день займає досить вагому позицію і є одним з найактуальнішим у зв'язку з тим, що територіальна громада, як важлива ланка життєдіяльності суспільства, бере участь у вирішенні питань місцевого значення з вирішення найважливіших потреб населення щодо поліпшення якості життя у різних сферах людської життєдіяльності (в медичному обслуговуванні, освіті, культурному розвитку, безпеці, транспортному забезпеченні, комунально-побутових умовах тощо). Поряд з цим, вони постійно повинні враховувати швидкоплинність та оновлюваність застосовуваних ними засобів інформаційного забезпечення й, таким чином, змушені постійно підвищувати ефективність своєї діяльності за рахунок застосування нових й сучасних інформаційних технологій, що відповідають та задовольняють потребам громади в умовах постійного зросту інформаційного рівня самосвідомості.

Одним з інструментів такого підвищення ефективності інформаційного забезпечення громади є розробка, впровадження, підтримка та просування WEB-сайтів, здатних забезпечити постійне інформаційне супроводження в умовах нового часу. Дана робота присвячена висвітленню основних положень по представленню розробленого WEB-сайту територіальної громади [1] – Покровської селищної ради – на підставі проведеного аналізу її діяльності у відповідності із поставленим завданням: розробити простий та зрозумілий сайт для відвідувача, захищений від взлому та DDOS-атак, із можливістю відображення документів та презентацій в режимі перегляду (у форматах .doc, .xlx, .ppt), наявністю основних характеристик регіону (фотогалереї смт Покровське, історичної довідки та карти місцевості), інформації щодо структури та висвітлення результатів робочого процесу Покровської селищної ради.

Для розробки зазначеного WEB-сайту було надано домен www.pokrss.com.ua та деяка первинна інформація для наповнення сайту (фотографії, документи, історичні матеріали).

Реалізація поставленого завдання полягала у виконанні наступних етапів:

– проведення аналізу предметної області та збір первинної інформації для наповнення сайту;

– вибір системи керування WEB-сторінками. Для даного сайту було обрано безкоштовну систему керування CMS Joomla 3.4 [4] за її гнучкість та простий функціонал;

– визначення логічної структури сайту;

– розробка макету сайту за допомогою локального віртуального серверу DENWER [3] (для Apache, PHP, MySQL, Perl тощо), що являє собою програмну оболонку, яка використовується для розробки сайтів на «домашній» (локальній) Windows-машині без необхідності виходу в Інтернет та має зручність при віддаленій роботі відразу над декількома незалежними проектами й можливість розміщення на Flash-накопичувачі;

– розміщення сайту на домен www.pokrss.com.ua.

Результати проведеної роботи по розробці сайту Покровської селищної ради представимо на рис. 1.

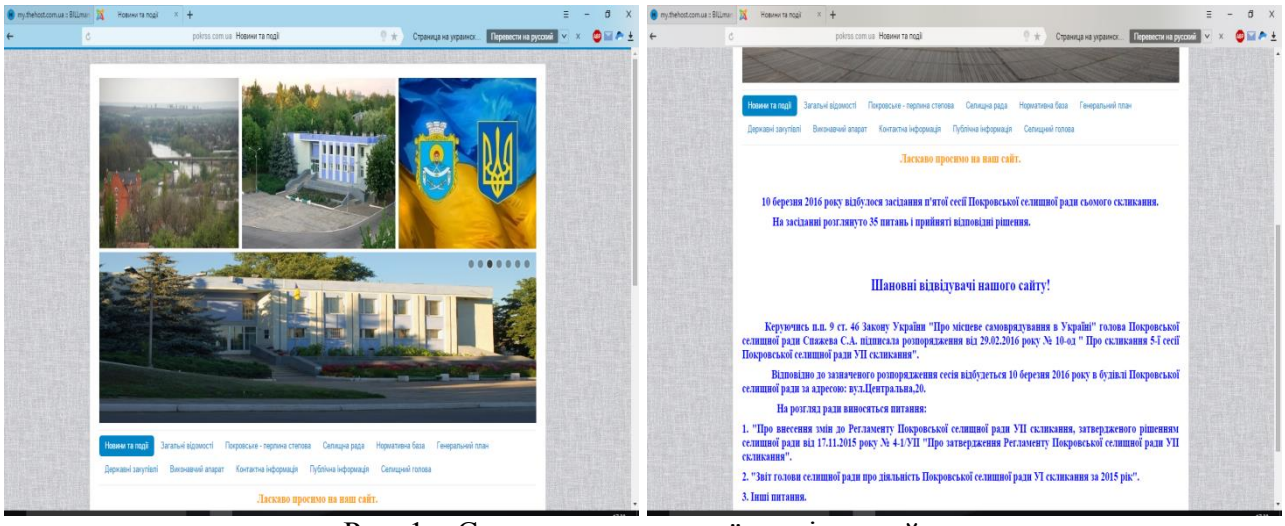


Рис. 1 – Скриншоти головної сторінки сайту

Як і вимагало завдання, було реалізовано «живу» галерею із фотографіями смт Покровське (див. рис.2).

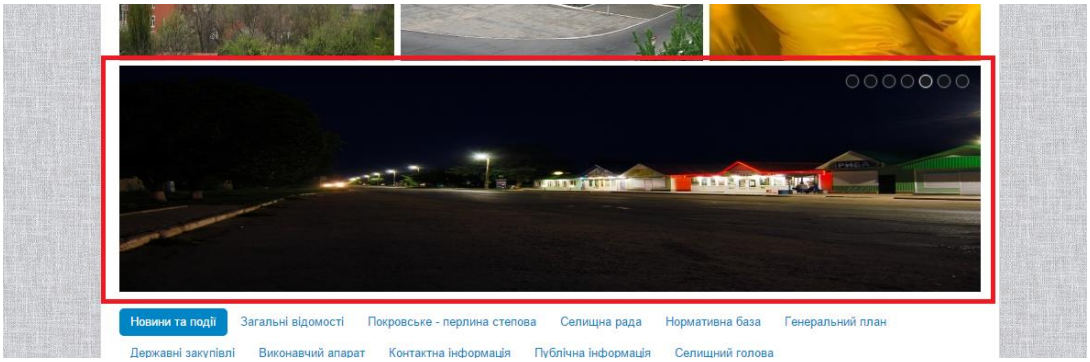


Рис. 2 – Скриншот фотогалереї сайту

Крім того, за допомогою плагіну ARI Docs Viewer на сайті реалізовано вимогу щодо розміщення документів з обігу селищної ради для перегляду та завантаження (рис.3).

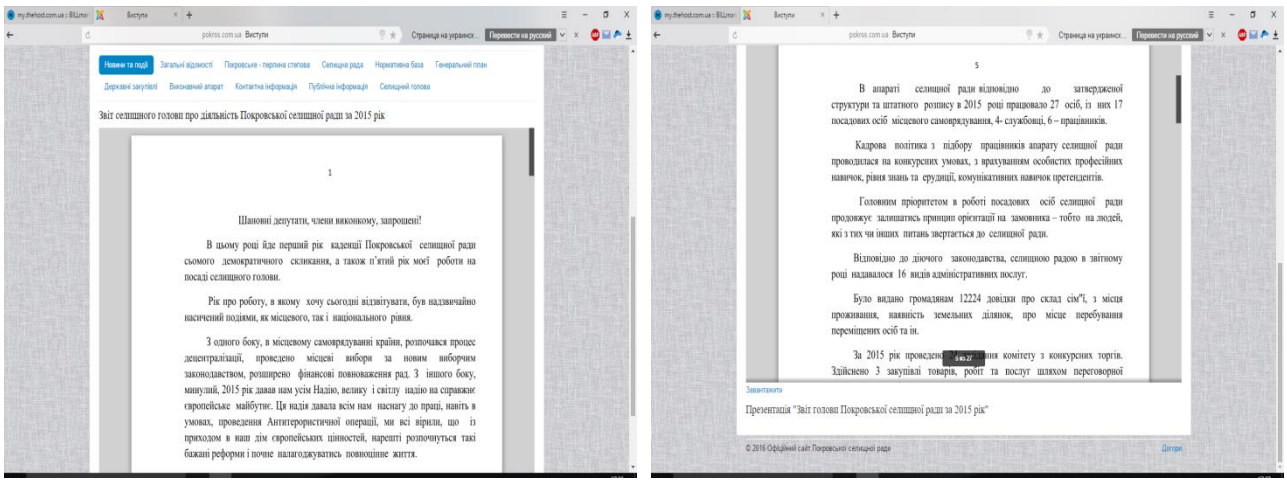


Рис. 3 – Скриншоти нормативної бази сайту

Також було виконане завдання щодо реалізації можливостей оновлення матеріалів сайту звичайним рядовим робітником. Для цього було використано адміністративну панель CMS Joomla (рис.4), завдяки якій робітники селищної ради мають можливість працювати з матеріалами сайту без знань мов програмування.

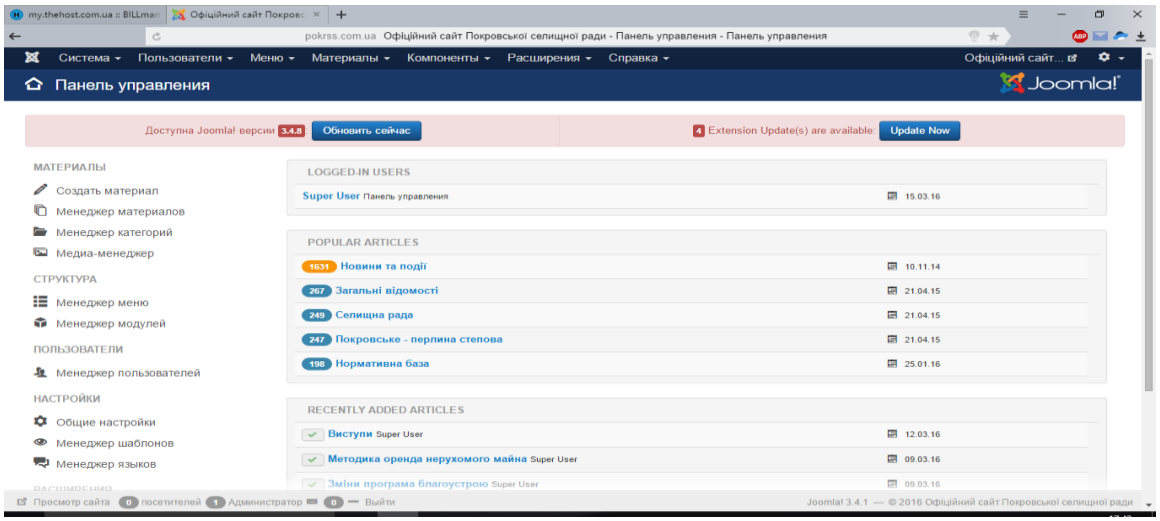


Рис. 4 – Адміністративна панель сайту

Крім того, за допомогою налаштування «Менеджер користувачів» (рис.4) CMS Joomla для співробітників селищної ради було створено спеціального користувача, який має особливі привілеї на створення та редагування матеріалів.

На останок потрібно зауважити, що для повноцінного користування розробленим сайтом для співробітників селищної ради було розроблено декілька інструкцій, наприклад, керівництво по роботі з плагіном ARI Docs Viewer, керівництво по редагуванню та оновленню представленої інформації на сайті (додавання тексту, зображень, гіперпосилань в тексті, перевірка правопису тексту, конвертація документів тощо) і т. ін.

Отже, у зв'язку із інтенсивним розвитком інформаційних технологій управління у відповідності з вимогами системи, а також прогресом у галузі інформатики та обчислювальної техніки, розробка сайту Покровської селищної ради є досить актуальним, ваговим та багатоцільовим та багатозначним інструментом керування, що здатний значно підвищити рівень ефективності роботи зазначеної територіальної громади і тим самим суттєво підвищити рівень інформаційної культури громади відповідно до вимог сьогодення.

Література

1. Офіційний сайт Покровської селищної ради. – Режим доступу: http://www.pokrss.com.ua/. – Назва з екрану
2. Завантаження Joomla та локалізації. – Режим доступу: http://joomla-ua.org/joomla. – Назва з екрану.
3. Denwer. – Режим доступу: http://www.denwer.ru/. – Назва з екрану.

Нагорный Максим
студент 2 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Костюшко И.А.

ЗАДАЧА О ТРАЕКТОРИЯХ

Во многих задачах теоретической механики, геометрической оптики, картографии и других областей науки возникает необходимость в нахождении кривых по тем или иным свойствам проведенных к ним касательных. Поскольку угловой коэффициент касательной к

графику функции равен производной этой функции в точке касания, такие задачи решаются обычно с помощью дифференциальных уравнений.

Рассмотрим задачу об определении изогональной и ортогональной кривых семейства полупрямых $y = ax$, выходящих из начала координат.

Кривая, пересекающая все кривые заданного семейства, под одним и тем же постоянным углом α называется изогональной траекторией этого семейства. При $\alpha = \frac{\pi}{2}$ изогональная траектория называется ортогональной.

Составим дифференциальное уравнение данного семейства. Путем дифференцирования уравнения семейства и дальнейшего исключения из полученного выражения параметра a, приходим к дифференциальному уравнению первого порядка с разделяющимися переменными: $y = y'x$.

Учитывая соотношения между угловыми коэффициентами касательной к кривой семейства и к изогональной траектории в точке их пересечения, для получения уравнения изогональной траектории следует заменить в полученном уравнении $y' = \frac{dy}{dx}$ на $\frac{y'-k}{1+k\,y'}$.После преобразований получаем дифференциальное уравнение искомых изогональных траекторий:

$$(y + kx)\mathrm{d}x + (\mathrm{k}y - \mathrm{x})\mathrm{d}y = 0.$$

Интегрируя полученное однородное уравнение, получаем общий интеграл в декартовых координатах: $\sqrt{x^2 + y^2} = Ce^{\frac{1}{k}\operatorname{arctg}\frac{y}{x}}$. Представляя данное решение в полярных координатах, получаем: $r = Ce^{\frac{\theta}{k}}$. Итак, искомыми изогональными траекториями является семейство логарифмических спиралей.

Для получения ортогональных траекторий следует в уравнении $y = y'x$ заменить y' на $-\frac{1}{y'}$. Решая полученное дифференциальное уравнение, получаем, что ортогональные траектории для данного семейства прямых представляют собой концентрические (имеющие общий центр) окружности.

Литература

1. Матвеев Н.М. Методы интегрирования обыкновенных дифференциальных уравнений. – М.: Высшая школа, 1967. – 545 с.
2. Смирнов В.И. Курс высшей математики: в 5 т. – Т. II. – М.: Наука, 1974. – 656 с.

Панченко Анастасия
студентка 2 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Костюшко И.А.

ЛИНЕЙНЫЕ УРАВНЕНИЯ И КОЛЕБАТЕЛЬНЫЕ ЯВЛЕНИЯ. СИНУСОИДАЛЬНАЯ ВНЕШНЯЯ СИЛА И РЕЗОНАНС

Колебаниями называются движения и процессы, которые характеризуются определенной повторяемостью во времени. Колебания, при которых колеблющаяся величина изменяется по закону косинуса (или синуса), называются гармоническими. Гармонические колебания такой величины описываются выражением

$$x(t) = A\cos(\omega_0 t + \varphi_0)\,. \qquad (1)$$

Здесь A – амплитуда колебаний, ω_0 – угловая (или циклическая) частота [рад/с]; φ_0 – начальная фаза колебаний в момент времени t=0.

Гармоническим осциллятором называют колебательную систему с одной степенью свободы, изменение состояния которой подчиняются гармоническому закону. Дифференцируя выражение (1) дважды, несложно получить уравнение свободных колебаний гармонического осциллятора

$$\frac{d^2x}{dt^2} + \omega_0^2 x = 0. \qquad (2)$$

Если учесть трение в механической системе (или сопротивление на контуре), то уравнение (2) примет более общий вид

$$\ddot{x} + 2\gamma\dot{x} + \omega_0^2 x = 0. \qquad (3)$$

Здесь 2γ – параметр, характеризующий изменение амплитуды колебаний в связи с потерей энергии.

Уравнения (2) и (3) являются линейными однородными дифференциальными уравнениями второго порядка, и являются примерами линейной динамической системы. Порядок уравнения совпадает с числом независимых начальных условий, которые необходимо задать в фиксированный момент времени, чтобы однозначно определить решение. Помимо порядка дифференциального уравнения используется также понятие числа степеней свободы. Оно равно порядку дифференциального уравнения, делимому на два. Уравнение второго порядка соответствует системам с одной степенью свободы. Линейный осциллятор – это система с одной степенью свободы.

Решение уравнения (3) определяет **свободные (собственные) колебания.** Свободными или собственными называются такие колебания, которые происходят в системе, выведенной из положения равновесия и предоставленной самой себе (например, металлический шарик на пружинке или на нити). Рассмотрим решение уравнения (3). Характеристическое уравнение имеет вид: $k^2+2\gamma k + \omega_0^2 = 0.$ Его корни: $k_{1,2} = -\gamma \pm \sqrt{\gamma^2 - \omega_0^2}$. В зависимости от величины подкоренного выражения (или величины $\varsigma = \frac{\gamma}{\omega_0}$) рассматриваются три случая:

– $\varsigma > 1$. Колебания с самого начала экспоненциально затухают. Имеют место апериодические колебания;

– $\varsigma = 1$. В этом случае может иметь место временный рост, но потом — экспоненциальное затухание;

– $\varsigma < 1$. Случай слабо затухающих колебаний.

Чтобы колебания были незатухающими, необходимо компенсировать потери энергии, обусловленные силами сопротивления. Это можно сделать, воздействуя на систему внешней силой.

Вынужденные колебания гармонического осциллятора описываются линейным неоднородным дифференциальным уравнением второго порядка.

$$\ddot{x} + 2\gamma\dot{x} + \omega_0^2 x = F(t).$$

Уравнение упругих колебаний без сопротивления при наличии периодической внешней силы имеет вид

$$\ddot{x} + \omega_0^2 x = a\sin(\omega t) \qquad (4)$$

Общее решение однородного уравнения можно представить в виде $x_0(t) = A\sin(\omega_0 t + \varphi)$, где A и φ – произвольные константы интегрирования.

Если $\omega \neq \omega_0$, т.е. если частота внешней силы не совпадает с частотой собственных колебаний системы, то частное решение неоднородного уравнения ищем в виде $\bar{x}(t) = M\cos\omega t + N\sin\omega t;$ где $M, N = const$, определяемые путем подстановки функции $\bar{x}(t)$

в уравнение (4), тогда $M = 0, N = \dfrac{a}{(\omega_0{}^2 - \omega^2)}$. Следовательно, общее решение уравнения (4) имеет вид

$$x(t) = A(\sin(\omega_0 t + \varphi) + \frac{a}{\omega_0{}^2 - \omega^2}\sin \omega t,$$

т.е. результирующее движение слагается из собственных колебаний с частотой щ$_0$ и вынужденных колебаний с частотой ω.

Если $\omega = \omega_0$, т.е. частота внешней силы совпадает с частотой собственных колебаний системы, то частное решение неоднородного уравнения (6) ищем в виде

$$\bar{x}(t) = t(M\cos\omega_0 t + N\sin\omega_0 t) \qquad (5)$$

Подставляя (5) в (4), находим, что $M = -\dfrac{a}{2\omega_0}, N = 0$, откуда $\bar{x}(t) = -\dfrac{a}{2\omega_0} t\cos\omega_0 t$.

Общее решение (4) будет иметь вид

$$x(t) = A\sin(\omega_0 t + \varphi) - \frac{a}{2\omega_0} t\cos\omega_0 t \qquad (6)$$

Второе слагаемое в правой части (6) показывает, что в этом случае амплитуда колебаний неограниченно возрастает при неограниченном возрастании времени t (рис.1).

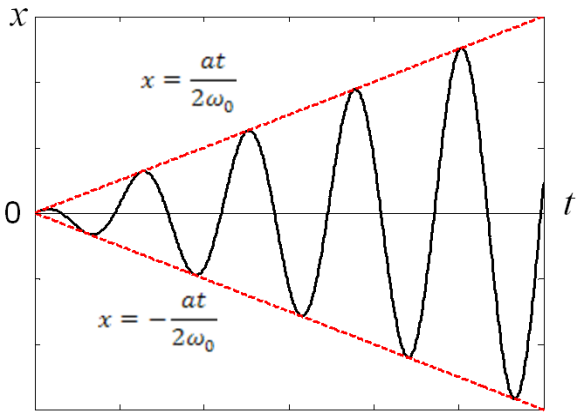


Рис.1 – Резонанс

Это явление, возникающее при совпадении внешней силы с частотой собственных колебаний системы, называется резонансом. Вынужденные колебания и резонанс широко используются в технике, особенно в акустике, электротехнике, радиотехнике и других областях. Явление резонанса используется в тех случаях, когда из большого набора колебаний разной частоты хотят выделить колебания вполне определенной частоты. Резонанс используется и при измерении очень слабых периодически повторяющихся величин. Однако в ряде случаев резонанс - нежелательное явление, так как может привести к большим деформациям и разрушению конструкций. Резонанс приходится учитывать при конструировании машин и различных сооружений. Решение многих подобных задач сводится к математическому моделированию процессов в виде формулы, т.е. в виде функциональной зависимости.

Литература

1. Смирнов В.И. Курс высшей математики: в 5 т. – Т. II. – М.: Наука, 1974. – 656 с.
2. Путилов К.А. Курс физики в 3 т. – Т. I. – М.: Государственное издательство физико-математической литературы, 1963. – 560 с.
3. Трубецков Д.И., Рожнёв А.Г. Линейные колебания и волны. – М.: Физматлит, 2001. – 416с.
4. Балакший В.И., Белов А.А., Косых Т.Б., Кузнецов Ю.И. Физика колебательных явлений в примерах и задачах. – М.: МГУ, 2011. –167 с.
5. Мандельштам Л.И. Лекции по колебаниям. – М.: Изд. АН СССР, 1955. – 512 с.

Шеметіло Катерина
студентка 4 курсу математичного фак-ту
Сінченко Олена
студентка 4 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Кондрат'єва Н.О.
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Леонтьєва В.В.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СИСТЕМИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Дана робота присвячена проблемі підвищення якості системи дистанційного навчання (ДН) у її використанні в освітньому процесі середньої та вищої школи. Увага до цієї проблеми викликана тим, що нині дистанційна форма навчання (ДФН) є однією з ефективних і перспективних систем підготовки фахівців у різних сферах, оскільки дає рівні можливості всім бажаючим навчатися, не залежно від їх соціального положення, віку та місця проживання. Крім того, важливість даного питання також визначається тим, що ДФН найближчим часом може стати найефективнішою системою підготовки та підвищення кваліфікації фахівців при розв'язанні задач з різних предметних областей. Враховуючи, що, кількість інформації подвоюється кожні 24 години, з одного боку, та впродовж останніх років постійно спостерігається всебічний розвиток техніки та інформаційних технологій, з іншого боку, то розвиток і застосування ДФН в середній та вищий школі є не тільки актуальним, а й природним. Саме тому останній час розвитку світу прийнято називати ерою інформатизації.

Поява і активне поширення ДФН є адекватним відгуком систем освіти багатьох країн на процеси інтеграції, які відбуваються в світі, на їх рух до інформаційного суспільства. При цьому потрібно зауважити, що існують деякі перешкоди при широкому впровадження системи ДН у загальноосвітній процес. Так, однією з таких перешкод є відсутність достатньо опрацьованих методик організації ДН, включаючи структурні, методичні та організаційні рішення. Крім того, процес впровадження ДН зупиняється також і тим, що на сьогоднішній день організаційні форми, методи та засоби ДН формуються кожним окремо взятим навчальний закладом та визначається тільки існуючим інформаційним середовищем цього закладу освіти, що в кінцевому рахунку призводить до диференціації ДН як такого. Підвищення якості системи ДН у її використанні в освітньому процесі, під якою, в даному випадку, і розуміється створення таких методик та організаційних підходів, які б сприяли широкому впровадженню ДФН, є саме тим інструментом, завдяки якому можна знайти шляхи виведення ДН на новий рівень подання знань. Розглянемо сутність покращеної методики організації ДН. Основною її ідеєю має стати створення такого навчального інформаційного середовища, що включав би можливість одночасного використання комп'ютерних інформаційних джерел, електронних бібліотек, відео- і аудіотек, книг та навчальних посібників при використанні даної методики в освітньому процесі середньої та вищої школи. Тобто основною її метою має стати створення такого середовища, яке б змогло об'єднати використання як основних елементів сучасного ДН, таких як середовище й методи передачі та технічне середовище обміну інформації, так і стандартів інтерактивного ДН, які можуть сприяти поглибленню вимог до складу ДН та до програмного забезпечення, використовуваному в ньому.

На наш погляд, одним з таких середовищ, а по суті електронних систем для використання в ДН, є Модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment), або Moodle, яке у широкому спектрі впроваджене у системі викладання ЗНУ та являє собою віртуальне навчальне середовище, що дозволяє використовувати різні інформаційні ресурси й навчальні матеріали та, таким чином, здійснювати керування курсами, які викладаються у вищому навчальному закладі. Завдяки розвиненій модульній архітектурі можливості Moodle можуть легко розширюватися. Крім мовної підтримки і шаблонів оформлення, Moodle дозволяє підключати також різні

типи модулів, що також сприяє її поширенню та використовуванню у освітньому процесі. Крім того, до основних переваг Moodle можна віднести ще й її безкоштовне використання, легкість інсталяції й поновлення при переході на нові версії, поширення у відкритому вихідному коді та можливість адаптації при різній специфіці вирішуваних нею задач.

Зі сказаного можна зробити висновок, що розвиваючи систему організації та підвищуючи якість використовуваної методики ДН, можна отримати високоякісне та широко-орієнтоване середовище для надання освітніх послуг на відстані від навчального закладу. При цьому вважається корисним розвинення саме системи ДН Moodle за її привабливість у використанні та модульність, оскільки завдяки цим її рисам є можливість створення в навчальному закладі відповідної інформаційної бази, що дозволить досягти найвищого ефекту у дистанційному наданні освітніх знань. Завдяки такому рівню розвиненості ДН, навчальний заклад може значно зменшити проблему недостачі аудиторій; допомогти вирішити кадрові питання, наприклад, з використанням відео конференцій та читанням лекцій викладачами інших міст та країн; надати можливості одержання навчання в тому числі і слухачами з обмеженими можливостями, тим самим забезпечити реалізацію конституційного права на освіту кожного громадянина країни.

Література

1. Клокар Н. Методологічні основи запровадження дистанційного навчання в системі підвищення кваліфікації / Н. Клокар // Шлях освіти. – 2007. – №4 (46). – С. 38-41.
2. Вишнівський В.В. Організація дистанційного навчання. Створення електронних навчальних курсів та електронних тестів / В.В.Вишнівський, М.П.Гніденко, Г.І.Гайдур, О.О.Ільїн.: навч. пос. – Київ: ДУТ, 2014. – 140 с.

Хріник Євген
магістр 1 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Решевська К.С.

РОЗРОБКА ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ПОВЕРХОНЬ

Як відомо, фракталом називається складна геометрична фігура, яка складається з декількох частин нескінченної послідовності, кожна з яких подібна всій фігурі цілком, і повторюється при зменшенні масштабу.

Багато природних явищ виявляють деякі форми статистичної самоподібності, які можуть бути змодельовані фрактальними поверхнями. Крім того, зміни в текстурі поверхні забезпечують важливі візуальні підказки для орієнтації схилів поверхонь, а також використання майже самоподібних фрактальних моделей можуть допомогти створити природний вигляд візуальних ефектів.

Таким чином, природні ландшафти будуються на фрактальній основі, що дає можливість зображувати їх за допомогою фрактальних алгоритмів. Одним з таких алгоритмів є алгоритм фрактального градієнтного шуму. В роботі розроблено додаток «Фрактальні ландшафти» для генерування 3D ландшафтів з використанням даного алгоритму.

Література

1. Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы / Мандельброт Б. – М.: Институт компьютерных исследований, 2002. – 456 с.
2. Шляхтина С. В мире фрактальной графики / Шляхтина С. – СПб.: Компьютер Price, 2005. – 502 с.
3. Пайтген Х.-О. Красота фракталов / Х.-О. Пайтген, П.Х. Рихтер – М.: Мир, 1993.– 432 с.
4. Морозов А.Д. Введение в теорию фракталов / Морозов А.Д. – Н.Новгород: Изд-во Нижегород. университета, 1999. – 345 с.

Чеберко Лілія
студентка 1 курсу економічного фак-ту
Наук. кер.: к. пед. н., доц. Пшенична О.С.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

В області обліку та аудиту економічної діяльності є доцільним використання комп'ютерних технологій, тому комп'ютеризація цієї сфери в даний час являє собою важливий напрям в застосуванні інформаційних технологій.

Інформаційна технологія – це системно організована сукупність методів і засобів збору, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки і захисту інформації. Метою будь-якої інформаційної технології є створення якісного інформаційного продукту, який задовольняє потреби користувача [1, с. 101].

Проблематикою обґрунтування розвитку і впровадження інформаційних систем в бухгалтерську сферу займалися такі вчені-економісти, як А. Береза, Ф. Бутинець, Р. Джога, М. Лучко, І. Матієнко-Зубенко, Т. Писаревська, С. Свірко, Л. Терещенко, Т. Шахрайчук та інші.

М. Білуха доводить, що впровадження інформаційних технологій привело до появи машинно-орієнтованих форм обліку [2, с. 165].

М. Кропивко звертає увагу, що основним завданням комп'ютерної техніки є ведення електронного архіву облікової інформації, яка в потрібний момент часу може бути актуалізована та подана користувачеві [3, с. 85-86].

Можна виділити такі передумови застосування інформаційних технологій в обліку та аудиті:

- високі темпи розвитку ринку апаратно-програмних засобів;
- активне використання комп'ютерних систем бухгалтерського обліку;
- стандартизація аудиту та його технологій;
- великі обсяги інформації, трудомісткість аудиторських процедур;
- створення і використання інформаційно-довідкових систем [4, с. 152].

В бухгалтерській діяльності використовуються такі програми і ресурси: офісні програми, бази даних, WEB-ресурси, WEB-орієнтовані додатки, бухгалтерські програми, спеціальне програмне забезпечення аудиторської діяльності.

При впровадженні комп'ютерних технологій застосовуються сучасні методи обробки інформації – на локальних робочих місцях, «файл-сервер», «клієнт-сервер», кожен з яких передбачає свої форми використання комп'ютерної техніки, організації і ведення інформаційних баз обліку, а також інтеграцію облікових даних для складання звітності.

Основними перевагами застосування спеціалізованого аудиторського програмного забезпечення є:

- підвищення якості робіт при проведенні обліку та аудиту;
- зменшення трудомісткості робіт;
- скорочення часу для проведення аудиторських операцій;
- спрощення контролю якості при проведенні обліку.

Під час роботи з автоматизованою бухгалтерською системою з'являється можливість швидко підготувати всі квартальні і річні звіти в податкову інспекцію, до різних фондів та органів Держкомстату, розрахувати зарплату, вести облік основних засобів; аналізувати фінансову діяльність та ін.

В якості базових інформаційних технологій виступають стандартні бухгалтерські інформаційні технології програм типу «1С: Підприємство», а також офісні інформаційні технології фірми Microsoft – «MS Office».

Бухгалтерський облік на великих підприємствах ведеться за допомогою сучасних ERP-систем, що дозволяють автоматизувати не тільки бухгалтерський облік, але й

управління виробництвом. З цією метою використовуються такі системи, як SAP, Oracle E-Business Suite, 1С:Предприятие, Microsoft Dynamics NAV (Navision), ERP «Галактика».

Останнім часом набувала популярності унікальна програма управління фінансово-господарським комплексом бюджетних установ «Парус», M.E.Doc (Мій Електронний Документ) – сучасний комплекс для роботи з документами в електронному вигляді різного призначення – звіти, податкові накладні, договори та ін.

На наш погляд, для удосконалення обліку та внутрішнього аудиту доцільно застосовувати та вдосконалювати бухгалтерську програму X-DOOR. Ця програма може бути використана для ведення будь-яких розділів бухгалтерського обліку та може підтримувати різні системи обліку. Різноманітні та гнучкі можливості системи дозволяють використовувати її як достатньо простий й зручний інструмент для бухгалтера, і як засіб повної автоматизації обліку, починаючи із введення первинних документів і закінчуючи формуванням звітності. Практичний результат для підприємства – зменшення імовірності штрафу через неграмотність або випадкову помилку бухгалтера.

Отже, сучасний досвід науки та практики управління економікою доводить необхідність активного впровадження інформаційних систем і технологій, що сприятиме подальшому удосконаленню організації облікової політики і підвищенню оперативності та точності облікових даних, а також зниженню ризику помилок у бухгалтерському обліку.

Література

1. Інформаційні системи підприємств: навч. посібник / О. Л. Корольов, Е. Н. Похилько. – Сімферополь : ТНУ, 2011. – 194 с.
2. Білуха М. Т. Теорія бухгалтерського обліку : підручник / М. Т. Білуха. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2000. – 692 с.
3. Основи архівно-комп'ютерної форми обліку / М. Ф. Кропивко, М. І. Козак, В. І. Похілеко та ін.; за ред. П. Т. Саблука. – К. : ІАЕ УААН, 2004. – 126 с.
4. Ясенев В. Н. Информационные системы и технологии в экономике: уч. пособие / В. М. Ясенев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 560 с.

Шека Анна
студентка 2 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: к. ф.-м. н., доц. Стєганцева П.Г.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ ОДНІЄЇ ЗАДАЧІ НА ЕКСТРЕМУМ

Постановка задачі. Досліджується частина зоряного неба, обмежена дугою AB параболи і відрізком AB (сегмент параболи). Розглядається ламана ACDB, вершини C і D якої належать дузі AB. Для дослідження довільно обирається об'єкт, що належить сегментові параболи. Треба мінімізувати ймовірність вибору об'єкта з області, обмеженої ламаною ACDB та дугою параболи.

Метою роботи є знаходження аналітичного розв'язку задачі та його дослідження.

Нагадаємо, що шукана ймовірність може бути знайдена за формулою $P = \frac{S_0}{S}$, де S_0 – площа області, обмеженої ламаною ACDB та дугою параболи, S – площа сегменту параболи [2]. Отже, оскільки площа S не змінюється, то задача зводиться до знаходження положення точок C і D, при якому площа S_0 буде мінімальною.

Будемо розв'язувати задачу методом координат [1]. Виберемо систему координат так, як показано на рисунку 1. Тоді, рівняння параболи має вигляд $y = x^2$. Позначимо координати точок: відомі точки $A(a_1,a_2)$, $B(b_1,b_2)$, невідомі точки $C(x_C,y_C)$ і $D(x_D,y_D)$. Проекції точок A,C,D,B на вісь абсцис позначимо K,O,F,L відповідно.

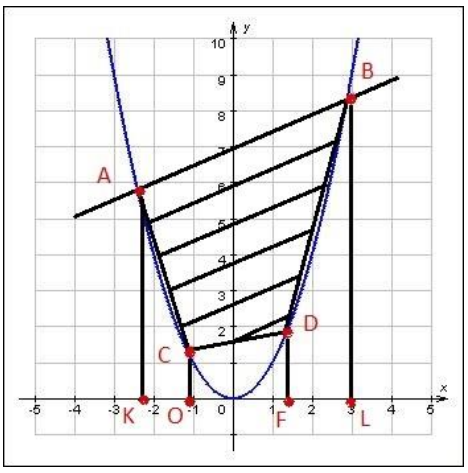


Рис.1

Очевидно, мінімум площі S_0 досягається у випадку, коли площа чотирикутника ACDB буде максимальною. Скористаємось цим фактом, знайдемо площу чотирикутника ACDB за формулами елементарної математики [4], віднявши від площі прямокутної трапеції AKLB площі прямокутних трапецій AKOC, COFD, BLFD, тобто

$$S_{ACDB}= S_{AKLB}-S_{AKOC}-S_{COFD}-S_{BLFD}. \quad (1)$$

Оскільки

$$S_{AKLB}=\frac{1}{2}(a_2+ b_2)(b_1 - a_1); \qquad S_{AKOC}=\frac{1}{2}(a_2+ y_C)(x_C - a_1);$$

$$S_{COFD}=\frac{1}{2}(y_C+ y_D)(x_D - x_C); \qquad S_{BLFD}=\frac{1}{2}(y_D+b_2)(b_1 - x_D),$$

то, підставивши у формулу (1), отримаємо:

$$S_{ACDB}=\frac{1}{2}((a_2+b_2)(b_1 - a_1) - (a_2+y_C)(x_C - a_1) - (y_C+y_D)(x_D - x_C) - (y_D+b_2)(b_1 - x_D)).$$

Отже, задача зводиться до знаходження екстремуму функції [3], яка залежить від змінних x_C та x_D.

Після розкриття дужок та зведення подібних отримуємо функцію

$$S_{ACDB}(x_C,x_D)=\frac{1}{2}(b_1a_2 - a_1b_2+a_1y_C - x_Ca_2 - x_Dy_C+ x_Cy_D+x_Db_2 - b_1y_D).$$

За відомим з курсу математичного аналізу алгоритмом знаходимо частинні похідні від цієї функції по x_C і по x_D. Отримана система рівнянь

$$\begin{cases} -a_2 - 2x_Dx_C + 2x_Ca_1 + x_D^2 = 0, \\ b_2 - 2b_1x_D + 2x_Cx_D - x_C^2 = 0 \end{cases}$$

зводиться до квадратного рівняння, з якого знаходимо значення координат:

$$x_C = \frac{2a_1 + b_1}{3},\ x_D = \frac{a_1 + 2b_1}{3}.$$

Другий корінь квадратного рівняння відповідає випадку, коли точки C та D співпадають з точками A та B відповідно, що не можливо за умов задачі.

Для знаходження координат y_C та y_D використовуємо рівняння $y = x^2$ параболи.

Також розглядався більш простий випадок цієї задачі, коли замість параболи обиралось півколо з граничними точками A(-1,0),B(1,0). Було показано, що абсциси точок C і D мають вигляд $x_C = -x_D=\frac{1}{2}$.

Таким чином, для розв'язання даної задачі було запропоновано використання методу координат. Завдяки цьому задача звелась до дослідження функції двох змінних на екстремум. Дану задачу можна узагальнити, а також розглядати інші частинні випадки.

Література

1. Александров П.С. Курс аналитической геометрии и линейной алгебры / Павел Сергеевич Александров. – М.: Наука, 1979 – 511 с.
2. Гмурман В.Е. Теория вероятности и математическая статистика / Владимир Ефимович Гмурман. – М.: Высшая школа,1972 – 504 с.
3. Ильин В.А. Математический анализ / Владимир Александрович Ільин, Виктор Анатольевич Садовничий. – М.: Наука, 1979 – 871 с.
4. Сканави М.И. Элементарная математика / Марк Иванович Сканави. – М.: Наука, 1967 – 583с.

Шупчинська Карина
студентка 4 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: ст. викл. Стреляєв Ю. М.

РОЗВ'ЯЗАННЯ СТАТИЧНОЇ КОНТАКТНОЇ ЗАДАЧІ З УРАХУВАННЯМ ТЕРТЯ МЕТОДОМ НЕЛІНІЙНИХ ГРАНИЧНИХ ІНТЕГРАЛЬНИХ РІВНЯНЬ

При дослідженні на міцність складних механічних систем часто виникає необхідність визначати нормальні та дотичні напруження, що виникають у взаємодіючих елементах цих систем. Використання геометричної та фізичної нелінійності при моделюванні взаємодії пружних тіл з урахуванням тертя, як правило, істотно ускладнює пошук аналітичних рішень відповідних контактних задач. В таких випадках, частіше всього, доводиться використовувати чисельні методи, оскільки аналітичні рішення просторових контактних задач відомі лиш для окремих випадків. На відміну від аналітичних, чисельні методи орієнтовані на рішення контактних задач, в яких поле контакту, а також зони проковзування і зчеплення заздалегідь невідомі і мають складну непрогнозовану конфігурацію.

Предметом дослідження в роботі є аналіз впливу сил тертя на величини нормальних та дотичних напружень, що виникають в точках поверхні зіткнення контактуючих тіл, а також визначення меж зони контакту і зони зчеплення на цій поверхні.

У роботі розглядалася статична контактна задача про стиснення з урахуванням тертя двох лінійно пружних нескінченних кругових циліндрів з взаємно ортогональними осями. Спочатку дотикаючись в одній точці, циліндри входили в контакт за рахунок відносного жорсткого зближення, що відбувалося в напрямку перпендикулярному осям обох циліндрів. Область контакту та межа областей зчеплення і проковзування були заздалегідь невідомі і знаходилися в процесі розв’язування задачі. Припускалось, що розміри області контакту малі порівняно з радіусами циліндрів, вона є плоскою і лежить в обмеженій області загальної дотичної площини, що проходить через точку початкового дотику циліндрів. Для врахування тертя використовувався закон тертя Кулона в переміщеннях. Питання про правомірність такого представлення вивчалося в роботі [1]. В цій роботі зроблено висновок про можливість заміни швидкостей переміщеннями у законі Кулона при виконанні двох гіпотез: поле напрямків вектора дотичних напружень на поверхні контакту є незмінним в процесі навантажування; модуль вектора в кожній точці поверхні змінюється пропорційно деякому спільному параметру.

Згідно з методом, запропонованим в роботі [2], задача була зведена до знаходження невідомих нормальних і дотичних контактних напружень із системи нелінійних граничних інтегральних рівнянь. Для знаходження лінійних інтегральних операторів впливу поверхневих напруг на поверхневі переміщення, були використанні формули Буссінеска та Черутті [3] для пружних півпросторів. Наближений розв’язок системи було знайдено за допомогою чисельного алгоритму запропонованого в роботі [2]. Згідно з цим алгоритмом, здійснювалося розбиття обмеженої області на скінченне число граничних елементів і, за умови сталості контактних напружень на кожному граничному елементі, виконувалася дискретизація інтегральних рівнянь, що входять в систему. Для наближеного розв’язання

дискретного аналогу системі нелінійних інтегральних рівнянь застосовувався метод простої ітерації.

Чисельні розрахунки були виконані для циліндрів з різними радіусами та різними пружними константами. Розрахунки проводилися як при відсутності тертя, так і для різних значень коефіцієнта тертя. Значення нормальних напружень, знайдені при відсутності тертя, порівнювались з аналітичним розв'язком Герца [3, 4].

Встановлено, що в кожному розглянутому випадку зона контакту має форму еліпса, сили тертя практично не впливають на нормальні контактні напруження і розміри області контакту. У той же час, дотичні напруження зростають зі збільшенням коефіцієнта тертя і досягають максимуму на границі зон зчеплення та проковзування. При цьому, при великих значеннях коефіцієнта тертя точки максимуму дотичних напружень є точками розриву похідної на отриманих кривих.

Література

1. Кравчук А.С. К постановке краевых задач теории упругости с трением на границе / А.С. Кравчук // Механика деформируемого твёрдого тела. – Куйбышев: Изд-во Куйбыш. ун-та, 1976. – С. 102-105.
2. Aleksandrov A.I. A Method for the Solution of a Three-Dimensional Contact Problem of Interaction of Two Elastic Bodies in the Presence of Friction / A.I. Aleksandrov // Journal of Mathematical Sciences. – 2015. – Vol.205, No.4. – P. 518-534.
3. Johnson K.L. Contact Mechanics / K. L. Johnson. – Cambridge: Cambridge university press, 1989. – 452 p.
4. Писаренко Г.С. Справочник по сопротивлению материалов / Г.С. Писаренко, А.П. Яковлев, В.В. Матвеев. – К.: Наукова думка, 1988. – 736 с.

Яковлева Ірина
студентка 2 курсу математичного фак-ту
Наук. кер.: ст. викл. **Циммерман Г.А.**

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ

Дистанційна освіта (ДО) – це комплекс освітніх послуг, що надаються широкому колу людей за допомогою спеціалізованого інформаційного освітнього середовища. ДО самостійна форма навчання, що базується на засобах обміну навчальною інформацією на відстані, де інформаційні технології є провідними засобами.

Виділяють такі чинники та процеси, що приводять до необхідності й можливості використання дистанційного навчання [1]:

- нові вимоги до освіти (доступність, невисока вартість, обмеження часу);
- збільшення кількості бажаючих одержати освіту, обмеження пропускної спроможності навчальних закладів;
- поява та розвиток якісно нових засобів інформаційних технологій.

Сучасна концепція інформаційних систем і технологій ДО базується на оптимальній комбінації комп'ютерної техніки, комп'ютерних мереж, програмного забезпечення та баз даних. Відповідно до цієї концепції побудовані так звані системи управління навчанням (Learning Management System, LMS). Їх використовують для розробки, управління послідовністю вивчення навчальних онлайн-матеріалів із забезпеченням спільного доступу.

Організація системи ДО має відповідати вимогам SCORM (Sharable Content Object Reference Model – «зразкова модель об'єкта вмісту для спільного використання») – збірці специфікацій та стандартів. Прикладами систем, сумісних з SCORM є: Sakai, Moodle, ILIAS, SABA, SharePointLMS, WebTutor, eLearning Server 4G, Веда, JoomlaLMS, LMS365, Прометей, Shareknowledge, iSpring Online. Існує програмне забезпечення для створення SCORM-

сумісного контенту: Adobe Captivate, AdobePresenter, Articulate Studio, iSpring Suite, eXeLearning, eAuthor, QuizForce, WordForce, PowerPointForce та ін.

Виокремлюють наступні форми організації дистанційних занять:

Чат-заняття – використовують чат-технології. Заняття проводяться синхронно, всі учасники мають одночасний доступ до чату.

Веб-заняття – уроки, семінари, ігри, лабораторні роботи, практикуми проводяться за допомогою засобів телекомунікацій. Для веб-занять використовують спеціалізовані освітні веб-форуми (з можливістю тривалої роботи і асинхронним характером взаємодії учнів і педагогів).

Телеконференція – проводиться, як правило, на основі списків розсилки з використанням електронної пошти. В основі закладений так званий «Природний процес навчання» (англ. Natural learning manner). Учень, постійно виконуючи завдання, набуває стійкі навички. Теоретичні знання засвоюються без додаткових зусиль, органічно вплітаючись в тренувальні вправи.

Телеприсутність. Створюються умови присутності на занятті завдяки програмно-апаратному комплексу.

Характерними рисами ДО з погляду комунікацій є [2]:

– самоосвіта (основа дистанційного навчання – передбачає самомотивацію щодо власного навчання, а також певний рівень самоорганізації особистості);

– спілкування викладача і учня за принципом «один до одного», що відповідає за формою і змістом індивідуальній консультації;

– взаємодія «один до багатьох», оскільки викладач може працювати з групою. Така форма взаємодії нагадує традиційне навчання;

– взаємодія «багатьох до багатьох» (спілкування учнів між собою).

Дистанційне навчання дозволяє проходити весь курс у власному темпі, уникати пропусків у процесі навчання, коли учню необхідний додатковий час на засвоєння матеріалу. Ця особливість підвищує привабливість ДО.

Слід звернути увагу на недоліки дистанційного навчання [3]:

– відсутність прямого очного спілкування між учнями і викладачем, живе спілкування, як перевірений засіб передачі знань та зворотного зв’язку, мінімізоване;

– необхідність в комп'ютері та постійному доступі до джерел інформації;

– високі вимоги до постановки завдання на навчання, адміністрування процесу, складність мотивації слухачів;

– проблема аутентифікації користувача при перевірці знань;

– відсутність постійного контролю над учнями;

– висока вартість побудови та технічної підтримки системи ДО;

– висока трудомісткість розробки курсів ДО.

До поточних особливостей впровадження ДО слід віднести:

– недостатню комп'ютерну грамотність учнів, відсутність досвіду;

– проблему пошуку фахівців для створення якісних навчальних курсів;

– недостатню інтерактивність сучасних курсів дистанційного навчання.

Таким чином, у дійсності, дистанційне навчання за своїми характеристиками сильно відрізняється від традиційного. Підготовка до використання дистанційних навчальних курсів повинна починатися із глибокого аналізу цілей навчання, дидактичних можливостей нових технологій передачі навчальної інформації, доцільності використання технологій дистанційного навчання з погляду на конкретну дисципліну.

Література

1. Кальна-Дубінюк Т.П. Сучасні інформаційно-консультаційні технології: [зб. наук. праць] / Т.П. Кальна-Дубінюк // Матеріали Міжнародної конференції «Форум вищої освіти». – К. : КПІ, 2008. – С.54-57.
2. Хуторской А.В. Дистанционное обучение и его технологии // Компьютерра. – 2002. – № 36. – С. 26-30.
3. Достоинства и недостатки дистанционного обучения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.obrazovanie-ufa.ru/Vuz/Dostoinstva_i_nedostatki_distantsionnogo_obucheniya.htm. – Назва з екрану.

СЕКЦІЯ «БІОЛОГІЧНІ НАУКИ»

Авксентьєв Владислав
студент магістратури біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н ., доц. Завгородній М.П.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОПТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОХІДНИХ ХІНОЛІНУ ТА ЛАКТАТУ

Фармакологічна дія ліків здійснюється частіше всього в результаті взаємодії лікарського засобу з клітинним рецептором – принцип точкової взаємодії.

В одних випадках більш активним є R-форма (R-форма діуретика мефрусиду більш як в два рази активніша за S-ізомер), в інших – навпаки (S-енантіомер β-адреноблокатора пропранолола є більш активним, ніж R-форма).

У ході роботи були проведені дослідження фізико-хімічних властивостей похідних хіноліну та лактату. Введення у 6-му положенні метоксигрупи та її заміна на етокси-групу у структурі похідних S-(хінолін-4-іл)-L-цистеїну призводить до підвищення молярної рефракції. При введенні у 6 положення хінолінового циклу метоксигрупи спостерігається незначне збільшення ліпофільності молекули (Δ log D = 0,07-0,08), при її заміні на етоксигрупу підвищення ліпофільності значно помітніше (Δ log D = 0,53-0,54).

Проаналізовано ІЧ-спектри S-(2-метил-6-етоксихінолін-4-іл)-L-цистеїну та лактату. Виявлено наявність у спектрі характерних сигналів, що підтверджують будову даних сполук, проаналізовано зсуви піків поглинання даних сполук в залежності від замісників хінолінового циклу. З'ясовано, що ідентифікація новосинтезованих сполук методом ІЧ-спектроскопії є швидкою та інформативною.

Досліджено оптичну активність отриманих дигідрохлориду S-(6-етокси -2-метилхінолін-4-іл)-L-цистеїну. За допомогою поляриметричного методу було розраховано величину питомого обертання $[\alpha]_D^{20}$, яка дорівнює $^{+}60$ (мрад*м^2*кг^{1}). Для гідрохлориду L - цистеїну $[\alpha]_D^{20}$ дорівнює +6,5 (мрад*м^2*кг$^{-1}$). Отже, поєднання гідрохлориду L-цистеїну з гетероциклом хіноліном призводить до збільшення величини питомого обертання. Це дослідження дозволить в подальшому проводити стереоселективний синтез s – похідних L-цистеїну та дослідити їх біологічну активність.

Література

1.Лабенська І.Б. Прогноз біологічної активності сполук як основа для пошуку нових біорегуляторів в ряду N-ацильних похідних S-(2-метилхінолін-4-іл)-L-цистеїну / І.Б. Лабенська // Питання біоіндикації та екології. – Запоріжжя: ЗНУ, 2013. – Вип 18, № 2. – С. 314-324.

2.Омельянчик Л.О. Пошук біорегуляторів з антиоксидантною дією серед S-похідних 4-меркаптохінолінів / Л.О. Омельянчик, Д.М. Федоряк, О.А. Бражко // Ukrainica Bioorganica Acta. – 2007. – № 2. – С. 17-24.

3.Чугаев Д.В, Раменская Г.В. Влияние оптических изомеров на фармакокинетику лекарственных средств // Фармация. - 2008. - №1. - 50 -52.

Амінов Руслан
аспірант 1 року навчання біологічного фак-ту
студентка 4 курсу біологічного фак-ту **Даниленко Ірина**
Наук. кер.: д. м. н., проф. Фролов О. К.

ВПЛИВ АНТИГЕНІВ МЕДИЧНОЇ П'ЯВКИ НА ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ МОРФОМЕТРИЧНІ ПОКАЗНИКИ ЩУРІВ НА РАННІХ ЕТАПАХ ПОСТЕМБРІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

В теперішній час фармакологія займає провідну роль серед інших методів і способів у лікуванні хворих. З кожним днем відкриваються нові лікарські препарати, які можуть боротися з невиліковними, або тяжкими хворобами. Безсумнівно багато відкритих лікарських препаратів не можливо замінити іншими методами лікування. Але широке застосування медикаментозних препаратіввсе більше призводить до негативних наслідків, таким як алергічні реакції, зростання числа ускладнень і побічних ефектів. Тому все більше науковців активно шукають інші методи впливу на організм людини і тварини. Зараз багато сучасних дослідників стали звертати увагу на природні гомеостатичні фактори. Серед них і біологічно активні речовини медичної п'явки, які забезпечують широкий спектр терапевтичних ефектів [1-3]. Тому метою нашого дослідження стало дослідити приплод щурів у ранньому постембріональному розвитку під дією внутрішньочеревного навантаження антигенами медичної п'явки.

Об'єктом дослідження був приплод щурів. Досліджували дві групи щурів: перша контрольна група, самкам внутрішньочеревно вводився фізіологічний розчин; друга група, самкам щурів внутрішньочеревно вводилися антигени медичної п'явки. Проводили виміри морфометричних параметрів тіла, забій проводили шляхом декапітації під ефірним наркозом з 11.00 до 13.00. Вимірювали такі морфометричні параметри тіла: маса тіла, довжина тіла, довжина хвоста, окружність живота та окружність грудної клітки. Із внутрішніх досліджували морфометричні показники селезінки і тимусу: маса, довжина і ширина органу. При дослідженні морфометричних параметрів тіла на першу добу під впливом антигенів збільшувався один показник: довжина хвоста, інші були зменшені. На 15 добу збільшена окружність живота всі інші показники були знижені. На 30 добу значно збільшені всі показники порівняно з контролем. На 45 добу збільшена окружність живота всі інші показники знижені. На 60 добу значно збільшена вага тіла всі інші показники знижені. При дослідженні морфометричних параметрів органів на першу добу під впливом антигенів збільшена маса тимусу і ширина селезінки. На 15 добу збільшенаширина тимусу. На 30 добу значно збільшені всі морфометричні показники. На 45 добу збільшена ширина і довжина тимусу. На 60 добу збільшені ширина тимусу, маса і довжина селезінки. В результаті дослідження антигени проявляли позитивний вплив на всі морфометричні параметри приплоду щурів на 30 добу. Порівняно із контролем в інших термінах було збільшення у деяких показниках і не значне зменшення інших. Всі тварини були активні і не відрізнялися від контролю. Кількість приплоду була збільшена порівняно із контролем, тому це могло вплинути на незначне зменшення морфометричних параметрів. Вплив на тимус та селезінку в інших термінах вказує на позитивний вплив антигенів медичної п'явки.

Література

1. Фролов А. К. Изменение иммунитета у больных гипертонической болезнью под. Влиянием биологически активных веществ медицинской пиявки / А. К. Фролов, А. И. Токаренко // Запорожский медицинский журнал. – 2011. – Том 13, № 2. – С. 23 – 26.
2. Гирудотерапия. Руководство для врачей/ под ред.. В.А. Савинова. – М. : ОАО Медицина, 2004.- 432 с.
3. Кинг - Холмс Дж. Использованиепиявок в микрохирургии / Дж. Кинг-Холмс // Телочеловека: снаружи и внутри. – 2010. – Раздел 38, № 54. – С. 2 – 3.

Амінов Руслан
аспірант 1 року навчання біологічного фак.-ту
Даниленко Ірина
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: д. м. н., проф. Фролов О. К.

ГЕМАТОЛОГІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЩУРІВ НА РАННІХ ЕТАПАХ ПОСТЕМБРІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПРИ ІМУНОСТИМУЛЯЦІЇ БІОЛОГІЧНО АКТИВНИМИ РЕЧОВИНАМИ МЕДИЧНОЇ П'ЯВКИ В ПРЕЕМБРІОНАЛЬНИЙ І ЕМБРІОНАЛЬНИЙ ПЕРІОД

В теперішній час все більше зростає зацікавленість лікарів та пацієнтів до засобів природничої медицини, із-за частих виникнень ускладнень та наявністю побічних ефектів від хіміотерапії, збільшенням частоти алергічних реакцій, захворювань і станів при застосуванні препаратів синтетичного походження [1]. Тому зараз суттєва увага надається застосуванню у лікуванні та вивченні медичних п'явок.

Найбільш сучасним та ефективним напрямком гірудотерапії вважають гірудорефлексотерапію [2], а також гірудоенерготерапію [3]. При досліджені впливу медичних п'явок отримано не лише позитивний клінічний ефект від застосування гірудотерапії, але також встановлена імунотропна дія біологічно активних речовин [4] і її позитивний вплив на енергетичний метаболізм [5].

Метою роботи стало дослідити гематологічні показники крові приплоду щурів під впливом антигенів медичної п'явки в преембріональний та ембріональний періоди розвитку.

Самкам щурів внутрішньочеревно вводилися антигени медичної п'явки до та після злучки.

Об'єктом дослідження був приплод щурів. Досліджували дві групи щурів: перша контрольна група, самкам внутрішньочеревно вводився фізіологічний розчин; друга група, самкам щурів внутрішньочеревно вводилися антигени медичної п'явки.

Забій приплоду проводили шляхом декапітації під ефірним наркозом з 11.00 до 13.00. Досліджували кількість лейкоцитів, еритроцитів та гемоглобін на 1, 15, 30, 45, 60 добу. На 1 та 60 добу порівняно з контролем були збільшені всі 3 показники: кількість лейкоцитів, еритроцитів та гемоглобін. На 30 та 45 добу під впливом антигенів медичної п'явки була збільшена кількість еритроцитів та гемоглобін порівняно із контролем. На 15 добу під впливом антигенів медичної п'явки були знижені всі показники, лейкоцити в межах контролю.

Збільшення гематологічних показників вказує на позитивний вплив від гірудотерапії.

Література

1. Пересадин Н.А. Реабилитация. Стратегия и тактика эффективного восстановления здоров’я / Н.А. Пересадин, Т.В. Дьяченко. – Луганск: Знания, 2004. – С. 416–442.
2. Савинов В.А. Основи гирудоэнерготерапии / В.А. Савинов. – М.: Асклепион, 2004. – 429 с
3. Панков В.Е. Современная гирудорефлексо- терапия / В.Е. Панков, И.А. Панкова. – М.: Глобус, 2003. – 112 с.
4. Изучение иммунотропного действия биологически активных веществ медицинской пиявки / Фролов А.К., Федотов Е.Р., Копейка В.В. [и др.] // Наука, освіта, реабілітація: матер. IV Міжнарод. Науково методич. конф. – Луганськ: Знання, 2005. Вип. IV. – С. 161-163.
5. Фролов В.М. Влияние гирудотерапии на показатели энергетического обмена у больных с синдромом психоэмоционального выгорания / В.М. Фролов, Н.А. Пересадин, А.А. Высоцкий // Проблеми екологічної та медичної генетики і клінічної імунології: зб. наук. праць. – Київ; Луганськ, Харків, 2007. Вип. 6 (75). – С. 22-28.

Атамась Анатолій
студент 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук.кер.: к.б.н., доц. Горбань В.В.

ДОБОВА АКТИВНІСТЬ FORMICA RUFA (HYMENOPTERA,FORMICIDAE) НА ТЕРИТОРІЇ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Руді лісові мурахи (Formica rufa) є зазвичай облігатними видами-домінантами на природній території серед інших представників роду Formica. Слід відмітити, що добова активність мурашок багато в чому залежить від біотичних та абіотичних факторів середовища і різка зміна умов довкілля може призводити до незворотних порушень динаміки фуражирної активності багатьох колоній. І це, у свою чергу, може негативно позначитися у трофічних зв'язках на даній території та пригнічувати роль мурах у біологічної боротьби з шкідниками природного середовища.

Головна мета нашої роботи – спроба дослідити активність гніздових ділянок у певні добові проміжки часу на прикладі звичайної рудої лісової мурахи Formica rufa і встановити відношення кількості робочих особин, які були задіяні на кормовій ділянці в різні проміжки часу.

Досліди проводилися у червні 2015 р. на території Запорізької області на гніздовому комплексі, що є типовими для природи в межах даного регіону. Спостереження проходили у дні, що були схожі за температурними умовами й вологістю. Дані фіксувалися методом підрахунку особин, що виходили з гнізда та поверталися до нього кожні 15 хвилин протягом години спостережень у продовж всього дня.

Згідно отриманих даних, інтенсивність руху фуражирів мав пік активності в період з 10.00 – 11.00 (127 особин/15 хвилин) та 17.00 – 18.00 (108 особини/15 хвилин) годинні і добовий мінімум в проміжок з 12.00 – 14.00 (39 особини/15 хвилин), що обумовлюється перш за все стрибком максимальної температури протягом доби. Слід відмітити, що за результатами спостережень переважав потік особин до гнізда без здобичі від загального потоку фуражирів. Активність на поверхні гніздової площадки приблизно після 20.00 годинні вечора різко йшла на спад (32 особин/15 хвилин).

Таким чином, в загальному плані було з'ясовано активність гніздової ділянки Formica rufa в межах даної області. За отриманими результатами можна сказати, що даний вид у червні має 2 піки активності впродовж доби і спад активності у ночі та в період інтенсивного збільшення температури опівдні.

Ашифіна Анастасія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Малько М.М.

ПОКАЗНИКИ АНАТОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДИХАЛЬНОЇ СИСТЕМИ У ЛЮДЕЙ ЧОЛОВІЧОЇ СТАТІ ПУБЕРТАТНОГО ВІКУ АСТЕНІЧНОГО ТИПУ КОНСТИТУЦІЇ

На сучасному етапі розвитку суспільства люди астенічного типу конституції у висхідному онтогенезі займають домінуючу позицію [1]. У осіб з даним типом конституції має місце підвищена збудливість нервової системи, схильність до птозу внутрішніх органів, неврозів, гіпотензії, туберкульозу та виразкової хвороби.

Варто відзначити, що вивченню показників дихальної системи, з урахуванням статі та типу конституції обстежених, присвячено невелику кількість робіт [2]. Рівень розвитку дихального апарату є важливим фактором, що визначає адаптаційні можливості організму. Показники зовнішнього дихання залежать від метаболічної та рухової активності організму, а також інтенсивності навчального процесу [1].

Мета даної роботи полягала у з'ясуванні особливостей показників анатомічного розвитку дихальної системи у чоловіків пубертатного віку астенічного типу конституції.

Дослідження були проведені нами на базі кафедри фізіології з курсом цивільного захисту Запорізького національного університету. В дослідженні брали участь підлітки віком 15-16 років з ознаками астенічного типу конституції, які навчаються в Запорізькому центрі професійно-технічної освіти водного транспорту. У обстежених реєстрували паспортні та антропометричні дані: вік, ріст, вагу, стать, які в подальшому використовували для розрахунку норми ваги тіла за індексом Кетеле. Оцінку вмісту жиру в організмі проводили на основі вимірювання товщини шкірної складки в чотирьох ділянках тіла (надздухвинна, підлопаткова, над двоголовим і триголовим м'язом плеча). За сумою результатів вимірювання визначали відсотковий вміст жиру в організмі. Належність досліджуваних до певного типу конституції проводилась за відношенням фактичного вмісту жиру і безжирової ваги до належних величин. [3].

Для оцінки показників зовнішнього дихання використовували метод спірометрії. За допомогою спірометра визначали величину життєвої ємності легень (ЖЄЛ) досліджуваних у стані спокою. Значення величини залишкового об'єму (ЗО), загальної ємності легень (ЗЄЛ) та життєвого показника (ЖП) визначали розрахунковим методом [3]. Одержаний фактичний матеріал піддавали статистичній обробці. Визначали середню арифметичну ($\overline{X}$), квадратичне відхилення (σ) і похибку (m). Достовірність (p) оцінювали за критерієм Ст'юдента.

На першому етапі дослідження ми досліджували конституціональні особливості обстежених. Експериментальні дані вказують на те, що середнє значення належної загальної маси тіла становило 72,70±11,60кг; а фактична загальна маса становила – 57,63±11,52кг. Отримані дані свідчать про знижену загальну масу тіла обстежених на 15,1% ($p<0,05$) відносно належних значень. Середнє значення належної жирової маси у обстежених склало 13,74±0,41кг, а фактична жирова маса становила – 6,32±0,73кг. Отримані дані свідчать про те, що фактичний вміст жиру в організмі обстежених знижений на 7,4% ($p<0,05$). Середнє значення ідеальної та фактичної безжирової маси становить 58,96±7,63кг та 51,31±8,37кг відповідно. Таким чином, фактична безжирова маса знижена відносно належних значень на 7,7% ($p<0,05$). Отримані експериментальні дані вказують на належність обстежених до астенічного типу конституції.

В подальшому ми визначали показники зовнішнього дихання, які характеризують рівень анатомічного розвитку дихальної системи. Середнє значення належної ЖЄЛ становило 4,48±0,07л, а фактична ЖЄЛ – 3,84±0,14л. Отримані дані свідчать про зниження фактичних показників ЖЄЛ відносно належних значень на 14,3% ($p<0,05$). Середнє значення належного ЗО становило 1,34±0,01л, а фактичного ЗО – 1,15±0,01л. Результати вказують на те, що фактичний показник ЗО знижений на 14% ($p<0,05$) відносно належного.

Результати дослідження вказують на те, що середнє значення належної ЗЄЛ становило 5,83±0,11л, а фактичної ЗЄЛ – 5,00±0,24л. Фактичні дані знижені відносно належних на 14,3% ($p<0,05$). Подібні результати отримані при дослідженні ЖП. Фактичний показник виявився зниженим відносно належних значень на 14,9%.

Таким чином, результати дослідження свідчать про те, що показники анатомічного розвитку дихальної системи людей чоловічої статі пубертатного віку астенічного типу конституції достовірно знижені відносно належних, що ймовірно обумовлено зниженою руховою активністю обстежених.

Література

1.Ашифіна А.В. Конституційні особливості студентів біологічного факультету жіночої статі / А.В. Ашифіна. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2015. – С. 55-56.

2.Станишевская Т.И. Конституциональные особенности девушек-студенток юго-восточного региона Украины / Т.И. Станишевская // Педагогіка, психологія та мед.-біол. пробл. фіз.. виховання і спорту. – 2005. – № 11. – С. 102-108.

3.Малько М.М. Методичні рекомендації до лабораторних занять з курсу "Вікова фізіологія та шкільна гігієна" для студентів біологічного факультету / Укладач к.б.н., доцент М.М. Малько. – Запоріжжя: ЗДУ, 2003. – 43 с.

Багаченко Вікторія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Яковлєва-Носарь С.О.

СТІЙКІСТЬ РІЗНИХ ВИДІВ ГІРЧИЦІ ДО ДІЇ СТРЕСОВИХ ФАКТОРІВ НА РАННІХ ЕТАПАХ ОНТОГЕНЕЗУ

В Україні вирощують доволі широкий асортимент олійних культур, серед яких розрізняють традиційні та перспективні види. Зокрема, до традиційних олійних культур належить гірчиця (родина капустяних – Brassicaceae). Найпоширенішими є два види гірчиці: сиза, або сарептська (Brassica juncea), і біла (Sinapis alba

Гірчиця має велике значення як олійна культура, оскільки з її насіння одержують олію, яка за своєю якістю не поступається соняшниковій. Насіння гірчиці сарептської містить 35−47% олії, білої – 30−40 %. У насінні гірчиці також міститься 25−32 % протеїну і до 1,7 % – ефірної олії. Гірчична олія належить до слабковисихаючих (йодне число олії гірчиці сарептської 102−108, білої – 92−122) [1].

Гірчичну олію широко використовують для харчування, а також у багатьох галузях промисловості: консервній, хлібопекарській, кондитерській, маргариновій, миловарній, фармацевтичній. Крім того, насіння гірчиці сарептської містить 0,5−1,7 % ефірної (алілової) олії, насіння білої – 0,1−1,1 % цієї сполуки, яку використовують у косметиці та парфумерії.

З макухи сарептської гірчиці виробляють гірчичний порошок, з якого виготовляють столову гірчицю, а в медицині – гірчичники. Макуха містить алкалоїди синігрин та санальбін, тому без належної обробки її можна давати худобі в дуже обмеженій кількості

Біла гірчиця дає високий урожай зеленої маси, яку можна використовувати на зелене добриво, для годівлі худоби і як кулісну культуру на парах для снігозатримання. Коренева система своїми виділеннями перетворює недоступні для рослин поживні речовини ґрунту на доступні. Вона добрий медонос і попередник для всіх культур [2]

Батьківщиною гірчиці сарептської вважається Індія, де ця рослина і тепер розповсюджена як бур’ян. Здавна гірчицю культивують у Китаї, Індії, Єгипті, Передній Азії. У Російській імперії вперше була введена в культуру в Нижньому Поволжі поблизу м. Сарепти (звідки і отримала назву «сарептська») на початку XVIII ст. В Україні її вирощують на невеликих площах. Біла гірчиця походить з країн Середземномор’я, включаючи Північну Африку. Потрапивши спочатку до Західної Європи, біла гірчиця з часом поширилася в центральній і східній її частинах. Урожайність насіння гірчиці сарептської 8−12, білої – 12−15 ц/га, зеленої маси – до 300 ц/га [3].

Селекцією даної культури в нашій державі традиційно (ще з часів колишнього СРСР) займаються два наукових центри – Інститут олійних культур НААНУ, м. Запоріжжя (на сьогодні районовані сорти Таврічанка, Мрія, Світлана, Діжонка, Ретро та інші) та Івано-Франківський інститут агропромислового виробництва НААНУ (сорти Роксолана, Софія, Кароліна та інші).

Як відомо, лімітуючим фактором для вирощування багатьох рослин у певних регіонах є посуха та висока температура влітку. Посушливість клімату та засолення ґрунтів є відмітною рисою південної частини Запорізького регіону. З екологічної та економічної точки зору доцільно вирощувати районовані сорти сільськогосподарських культур. З огляду на це, мета нашої роботи – дослідити посівні характеристики насіння та інтенсивність росту кореня проростків двох сортів гірчиці за дії посухи й засолення на ранніх етапах онтогенезу. Об’єктами вивчення виступили: біла гірчиця (сорт Радуга) та сиза гірчиця (сорт Росинка), обидва сорти – селекції наукових установ РФ.

Для імітації ефекту посухи в середовище вирощування додавали 1 %-вий розчин сахарози. Дослідження впливу засолення на ранніх етапах онтогенезу здійснювали за рахунок внесення 0,5 %-вого розчину NaCl. Контрольні варіанти пророщували на дистильованій воді. У кожному експериментальному варіанті поміщали по 10 шт. насіння гірчиці у чашки Петрі у триразовому повторенні. Пророщування насіння проводили без доступу світла при температурі 22 ± 2 ºС.

Нами встановлено, що лабораторна схожість насіння гірчиці за умов засолення середовища становить (% від контрольних значень): у сорту Радуга – 100,0±0,0 %, у сорту Росинка – 73,9±1,41 %. За умов посухи кількість пророслого насіння сорту Радуга та Росинка склала 90,1±2,33 і 89,9±2,30 % від контролю, відповідно. Дія досліджених стресових факторів не тільки погіршує лабораторну схожість насіння гірчиці, а й знижує енергію його проростання та подовжує цей процес у часі. При дії стресових факторів насіння проросло на 12 годин пізніше, ніж за оптимальних умов. Оцінка впливу стресорів на ріст кореня проростків дозволила зафіксувати наступне: засолення середовища вирощування найбільш сильно гальмує ростові процеси коренів проростків сорту Росинка (цей показник склав усього 51,9 % від контролю), а посуха – сорту Радуга (даний параметр становить 37,2 % від контрольних значень). Ці дані демонструють відсутність так званої перехресної стійкості до впливу токсикантів.

Література

1. Артемов И.В. Технические культуры / Артемов И.В., Непобедимая Л.П., Давидова З.М., 2001. − № 4. – С. 26−28.
2. Шурупов В.Г. Горчица сарептская / В.Г. Шурупов, Е.В. Картамышева. – Ростов-на-Дону, 1997. – 53 с.
3. Електронний ресурс. Режим доступу http://buklib.net/books/30338/.

Баженова Еліна
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.с-г.н., ст. викл. Дерев'янко Н.П.

ЕКСТРАКТ АЛОЕ В ПЛАВЛЕНОМУ СИРІ, ЯК ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ЗБАГАЧЕННЯ ВІТАМІНАМИ

На думку дієтологів, нині українці найбільше відчувають дефіцит трьох вітамінів – D, A, E. Саме цей прорахунок у раціоні стає причиною втоми, апатії, погіршує роботу всіх внутрішніх органів і позначається на волоссі й шкірі. Особливість цих вітамінів у тому, що вони – жиророзчинні, а засвоюються лише за наявності певних мікроелементів, насамперед кальцію. Передусім це стосується вітаміну D. До того ж територія України знаходиться в помірній зоні, де взимку сонячних днів дуже мало. Тому в міжсезоння нестача вітаміну D відчувається особливо гостро, тому такі продукти як молочні (зокрема сир), морська капуста, жирна риба, яйця забезпечують додаткове джерело вітамінів.

Метод збагачення продуктів харчування, біологічно активними добавками, вітамінами і мінералами успішно використовують у багатьох європейських країнах і США, де чверть всіх харчових продуктів – хліб, молоко, сіль, сир, яйця, апельсиновий сік збагачені корисними речовинами. Таку ініціативу, схвалену, до речі, експертами ВООЗ, підхопили і в Україні.

Заповнення нестачі вітамінів і мікроелементів багатьом людям необхідно в будь-який час року, адже нам важко простежити, щоб у раціоні харчування з дня на день були присутні всі необхідні продукти і в тих кількостях, які необхідні для поповнення вітамінів.

Корисне збагачення плавленого сиру екстрактом алоє, стає додатковим джерелом вітамінів. У порівнянні з твердими сортами сиру, плавлений сир організмом засвоюється на 100% і містить менше холестерину. Це повноцінний поживний продукт, джерело фосфору і кальцію, що відповідають за стан волосся, нігтів і кісток. Жири, що містяться в плавлених сирах, є висококалорійним носієм жиророзчинних вітамінів, що постачають організм

вітамінами А, D, Е і жирними поліненасиченими кислотами. Плавлений сир містить велику кількість казеїну – високоякісного білка, що містить незамінні амінокислоти. Вуглеводів він практично не містить, тільки близько двох відсотків лактози.

Література

1.Шевченко В. В., "Товарознавство і експертиза споживчих товарів"; СПб.: ИНФРА, 2011.
2. ГОСТ Р 52685-2006 "Сири плавлені. Загальні технічні умови".
3. Горбатова К.К. Биохимия молока и молочных продуктов. – М.: Легкая и пищ. пром-сть, 1994. – 344 с.
4. Горбатова К.К. Биохимия молока и молочных продуктов.— М.: Легкая промышленность, 2004.

Бекасова Олександра
студентка 4 курсу біологічного факультету
Наук. кер.: к. б. н., доц. Копійка В. В.

ПОКАЗНИКИ ЛЕЙКОЦИТАРНИХ ІНДЕКСІВ ПРИ СИНДРОМІ ГІПЕРСТИМУЛЯЦІЇ ЯЄЧНИКІВ

Одним з небезпечних ускладнень процедури екстракорпорального запліднення є синдром гіперстимуляції яєчників (СГЯ). Основними проявами СГЯ є збільшення яєчників, порушення водно-електролітного балансу та патологічне збільшення проникності стінок судин, порушення функцій печінки та інших органів. Також даний синдром може супроводжуватися гіповоліємією та гіперкоагуляцією, що може привести до розвитку тромбоемболічних ускладнень. Але патогенез СГЯ до кінця ще не з'ясований.

Дослідження проводилося на базі кафедри імунології та біохімії ЗНУ. Аналізували дані зразків периферичної крові жінок середнього віку (24-35 років) після гормональної терапії (для отримання яйцеклітин при проведенні екстракорпорального запліднення) без ускладнень (10 осіб) та з ризиком СГЯ (7 осіб).

Показники лейкоцитарної формули крові є одними з основних скринінгових тестів лабораторної практики, який дозволяє оцінити морфологію, кількість та співвідношення клітин.

Застосування лейкоцитарних індексів є мало поширеним у лабораторній практиці, однак вони можуть дати додаткову інформацію для клініциста.

Тому для підвищення рівня інформативності визначення лейкоформули крові проводили визначення ряду лейкоцитарних індексів, які відображають співвідношення різних груп лейкоцитів. Серед лейкоцитарних індексів розраховували наступні:

1) індекс зсуву лейкоцитів крові (ІСЛК) - відношення суми еозинофілів, базофілів і нейтрофілів до суми моноцитів і лімфоцитів (норма = 1,96 ± 0,56);

$$ІСЛК = \frac{еоз + баз + міел + мета + пал + сегм}{моно + лімф}$$

2) індекс співвідношення нейтрофілів і моноцитів (ІСНМ) - дозволяє судити про співвідношення компонентів мікрофагально-макрофагальної системи (норма = 11,83 ± 1,31);

$$ІСНМ = \frac{міел + мета + пал + сегм}{моно}$$

3) індекс співвідношення лімфоцитів і моноцитів (ІСЛМ) - відображає взаємовідношення афекторної і ефекторної ланок імунологічного процесу (норма = 5,34 ± 0,59);

$$\text{ІСЛМ} = \frac{\text{лімф}}{\text{мон}}$$

4) індекс співвідношення лімфоцитів і еозинофілів (ІСЛАМ) - орієнтовно відображає співвідношення процесів гіперчутливості негайного та уповільненого типів (норма = 8,73 ± 1,26);

$$ІСЛЭ = \frac{лімф}{еоз}$$

5) індекс співвідношення нейтрофілів і лімфоцитів (ІСНЛ) - відображає співвідношення неспецифічної і специфічної клітинної ланки захисту (норма = 2,47 ± 0,65);

$$\text{ІСНЛ} = \frac{\text{пал} + \text{сегм}}{\text{лімф}}$$

6) лейкоцитарний індекс (ЛІ) - відношення лімфоцитів до нейтрофілів (міелоціти, метамієлоцити - юні, паличкоядерні, сегментоядерні), відображає взаємовідношення гуморальної та клітинної ланки імунної системи (норма = 0,41 ± 0,03).

$$\text{ЛІ} = \frac{\text{лімф}}{\text{нейт}}$$

Індекси розраховували за даними абсолютного вмісту клітинних популяцій лейкоцитів.

За результатами отриманих даних всі відносні та абсолютні показники лейкоцитарної формули крові обстежених обох груп (без ризику та з ризиком розвитку СГЯ) були в межах фізіологічної норми з індивідуальними коливаннями. Однак були виявлені певні відмінності. Так, у групі жінок з ризиком розвитку СГЯ (2 група) відносно даних 1 групи було виявлено статистично значиме ($p \leq 0,05$) підвищення відносного та абсолютного вмісту паличкоядерних нейтрофілів (3,03±0,49% та 1,68±0,36%; 0,32±0,05Г/л та 0,15±0,04 Г/л відповідно), абсолютного вмісту сегментоядерних нейтрофілів (6,45±0,28 Г/л та 5,16±0,45 Г/л), а також чітку тенденцію до підвищення абсолютного вмісту еозинофілів та лімфоцитів. Збільшення вмісту паличкоядерних нейтрофілів у осіб з ризиком розвитку СГЯ збігається з даними літератури, де у останні роки за механізмом розвитку проводять паралелі між СГЯ та синдромом системної запальної реакції. Звертає на себе також увагу тенденція до збільшення абсолютної кількості лімфоцитів у 2-й групі обстежених без збільшення їх відносного вмісту, що може бути пов'язаним з міграційними процесами до ділянок імунологічних реакцій.

Серед проаналізованих лейкоцитарних індексів найбільш інформативними виявилися ІСЛМ та ІСНМ, які у групі осіб з ризиком розвитку СГЯ були статистично значимо ($p \leq 0,05$) підвищеними: ІСНМ - 18,92±4,42 та 12,20±1,02 у 1-й групі; ІСЛМ – 5,09±0,55 та 9,94±3,49 у 1-й групі відповідно). Обидва індекси пов'язані з показником вмісту моноцитів, які за функціями в тому числі є антигенпрезентуючими клітинами та здатні до синтезу прозапальних цитокінів.

Таким чином, лейкоцитарні індекси мають певне інформаційне значення та можуть бути включені до більш широкого спектру лабораторних методів дослідження.

Бикова Тетяна
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук.кер.: к. х. н., доц. Синяєва Н.П.

ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ НАФТОПРОДУКТІВ У ВОДНИХ ОБ'ЄКТАХ, У ЯКІ ПОСТУПАЮТЬ В ЗЛИВНІ ВОДИ ПІДПРИЄМСТВ М. ЗАПОРІЖЖЯ

Нафтопродукти – це сума неполярних і малополярних сполук (сума вуглеводнів аліфатичних, аліциклічних, ароматичних), які не розчинні в воді [ГОСТ 17.1.4.01-80]. Контроль нафтопродуктів – задача актуальна.

Важливим етапом у процесі проведення аналізу вод є відбір проб. Від того, як він буде виконаний, залежить достовірність результатів вимірювань.

Стічні води відрізняються непостійністю складу, тому визначають добовий максимум і мінімум кількості стічних вод, а також добове, тижневе, місячне або річне зміна якості води. Відбір проб може проводитися ручними або автоматичними пробовідборними пристроями.Іноді пробу води відбирають проточним напівавтоматичним методом, технологічно схожим з процесом аспірації повітряних проб, з використанням водяних насосів і спеціальних концентруючих пробу сорбційних колонок (патронів).

Тривалість проходження стічної води між місцями відбору визначають за розрахунком або за допомогою індикаторних речовин (фарб, розчинів солей, «мічених атомів» тощо). При цьому слід забезпечити швидке та ефективне змішання вводиться речовини-мітки зі стічною водою. Визначення параметрів потоку з індикаторними речовинами проводиться заздалегідь перед відбором проб, щоб вплив введеної речовини припинився до взяття проби на аналіз. Відбір проб води повиненпроводитися бездоганно на всіх стадіях: відвибора місця відбору та підготовки посуду до передачі проб на аналіз в лабораторію.

Основними методами визначення нафтопродуктів у водах, в залежності від їх вмісту є гравіметричний, ІК-спектроскопічний, газохроматографічний і спектрофотометричний.

Гравіметричний метод заснований на екстракції нафтопродуктів з проби, очищенні екстракту від полярних речовин, видаленні екстрагента шляхом випарювання і зважуванні залишку. Превагою методу є те, що не потрібнепопереднєградуюванняприладувимірювання.

Метод ІЧ-спектроскопії заснований на екстракції нафтопродуктів з проби чотирихлористим вуглецем або хладоном 113, очищенні екстракту від полярних сполук методом колонкової хроматографії на оксиді алюмінію і подальшої реєстрації поглинання випромінювання в області спектра 2700-3200 $см^{-1}$, обумовленого валентними коливаннями CH_3 і CH_2 груп аліфатичних і аліциклічних з'єднань і бічних ланцюгів ароматичних вуглеводнів, а також зв'язків СН ароматичних сполук.

Метод вимагає обов'язкового градуювання приладів вимірювань з використанням стандартних зразків приготовлених на основі трикомпонентної суміші (37,5% гексадекану, 37,5% 2,2,4-триметилпентана і 25% бензолу по масі[ГОСТ Р 51797- 2001].

Метод газової хроматографії заснований на поділі вуглеводнів нафти в режимі програмування температури. Нафтопродукти екстрагують з проби органічним розчинником (чотирихлористий вуглець або гексан), отриманий екстракт очищають методом колонкової хроматографії на оксиді алюмінію і очищений екстракт аналізують. Аналітичним сигналом є сумарна площа піків на хроматограмі, починаючи з піку н-декана ($C_{10}H_{22}$) і завершуючи піком н-тетраконтана ($C_{40}H_{82}$). Градуювання проводиться з використанням суміші дизельного палива і мастила [ISO 9377-2:2000].

Спектрофотометричний метод заснований на екстракції нафтопродуктів гексаном, очищення при необхідності екстракту з наступним виміром інтенсивності флуоресценції екстракту, що виникає в результаті оптичного збудження.

Для градуювання аналізатора використовують стандартний зразок, щопредставляє собою розчин масла турбінного Т-22 в гексані або МСО 0045 НАФТОПРОДУКТИ 50,0 мг/$см_3$фон-CCl_4. Застосування такого стандартного зразка дозволяє врахувати кореляційний зв'язок між вмістом фракції, що відповідає за формування аналітичного сигналу, і загальним змістом нафтопродуктів[ПНДФ 14.1:2:4.128-98].

На даному етапі ми провели попередні дослідження вмісту нафтопродуктів, які потрапляють у водні об’єкти поблизу викидів зливних вод ПАТ «*Мотор Січ*». Проби води відбиралися вдень та в разнідні. Дослідження проб води проводили на приладі МІКРАН при довжині хвилі 264 нм, з попередньою екстракцією гексаном. В ході дослідження було визначено, що вміст нафтопродуктів становить 0,033; 0,028;0,20;0,15;0,009;0,01;1,85 мг/л (ГДК 0,05 мг/л).

Для подальшого дослідження водних об’єктів ми визначилися з використанням газової хроматографії для ідентифікації і кількісного визначення індивідуальних вуглеводнів, що входять до складу нафтопродуктів на підприємствах м. Запоріжжя.

Література

1. ГОСТ 17.1.4.01-80. Охрана природы. Гидросфера. Общие требования к методам определения нефтепродуктов в природных и сточных водах.
2. ГОСТ Р 51797- 2001. Вода питьевая. Метод определения содержания нефтепродуктов.
3. ISO 9377-2:2000. Water quality.Determination of hydrocarbon oil index. Part 2: Method using solvent extraction and gas chromatography.

4. ПНДФ 14.1:2:4.128-98. Количественный химический анализ вод. Методика выполнения измерений массовой концентрации нефтепродуктов в пробах природной, питьевой и сточной воды флуориметрическим методом на анализаторе жидкости «Флюорат-02». М.:1998.

Біла Валентина
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук .кер.: асист. Бережна А.М.

ЩЕПЛЕННЯ ТРАВ'ЯНИСТИХ РОСЛИН

Щеплення – перенесення певним хірургічним способом однієї частини рослини на іншу для подальшого їх зростання.Рослина, на яку прищеплюють, називають підщепою, а та, яку прищеплюють, ─ прищепою. За допомогою щеплення можна змінити якості і властивості рослин, для створення нових сортів рослин. Щепленням можна пришвидшити початок плодоношення рослин; збільшити розміри плодів і відсоток вмісту у них цукру і взагалі змінити їх хімічний склад; підвищити морозостійкість рослин та їх стійкість до захворювань[1].

Вплив підщепи на прищепу найбільш ефективний у тому випадку, коли проводиться щеплення живця від молодих рослин. Молодий, ще не зміцнений, з нестійкою спадковістю організм легше піддається впливу зовнішніх факторів, а тому при щепленні його на дорослу, сформовану підщепу завжди можна спостерігати найбільш сильний вплив з боку підщепи на молоду прищепу.

Щеплення трав'янистих рослин найчастіше проводять в тепличних або оранжерейних умовах, тому рослини для цієї цілі підготовлюють, вирощують їх в ящиках чи горщиках. Щеплення можна проводити в кімнатних умовах; в цьому випадку рослини теж підготовлюють: насіння висівають в ящики, а розсаду вирощують на вікнах, звернених на південь, а потім підщепні рослини висаджують в паперові стаканчики чи горщики[2].

Численні досліди з щеплення показують взаємний вплив прищепних компонентів, а також зміна природи рослинних організмів при щепленнях.

Цікаві результати з щеплення томату на пасльоновіотримані М.В.Алєксєєвой[3]. Так, плоди томату на картоплі,баклажані і пасльоні були більш солодкими і смачнішими. На махорці і перці вони гірчили. Сухе листя томату, дозрівши на махорці, мали специфічний запах тютюну, а аналіз показав присутність нікотину.

Таким чином щеплення трав'янистих рослин відчиняє невичерпні можливості зміни рослинного організму і є потужним засобом в створенні нових сортів рослин[3].

Література

1. Власюк С. Г., Бондаренко А. О. Садівництво і виноградництво: навч. посібник. – К.: Вища шк., 1990. – 374с.
2. Учебная книга цветовода. А. А. Чувикова, С. П. Потапов, А. А. Коваль, Т. Г. Черных. М.: Колос, 1980.
3. Алексеева М. В. Прививка томата к различнымподвоямизсемействапаслёновых. Труды ТСХА. Юбилейныйсборник. Вып. I, Растениеводство. Москва, 1940.

Білоконь Денис
студент 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук.кер.:к.б.н. Н.В.Воронова

ЕКОЛОГІЯ ТА ЧИСЕЛЬНІСТЬ ВИДУ CETONIA AURATA НА ТЕРИТОРІЇ О.ХОРТИЦЯ

Актуальніть наших досліджень полягає у тому, що Бронзовка Звичайна є шкідником рослинних культур та потребує детального вивчення. На сьогоднішній день це досить маловивчений вид жуків.

Cetonia aurata ведуть денний спосіб життя і активні в сонячних безвітрених умовах. У різних географічних областях ареалу час і тривалість льоту різні. Активність жуків може тривати від 2,5 до 4,5 місяців.

Мета роботи – дослідити екологічні особливості Cetonia aurata та Дослідження проводились в період з квітня по серпень 2013-15 р.р на о.Хортиця згідно загальноприйнятих методик.

Бронзовка звичайна – досить різноплановий за своєю природою пластинчастовусий жук. Вона може мати досить непередбачуваний характер поведінки. Тому методи збору бронзовок часто перекликаються з методами для інших жуків.

Найбільш звичайним методом збору жуків, як і комах в цілому, є ентомологічне косіння, яке ми і використовували в ході наших досліджень.

Нами було досліджено, що Cetonia aurata проявляють активність с кінця весни (остання декада травня) впродовж 3,5 місяців в сухі сонячні дні.

Чисельність жуків залежить від погодних умов, а саме інтенсивності сонячного випромінювання та вологості. Так, у ясний теплий день чисельність комах дсягає 27±1,2 особин на 1км^2. Вночі активних осіб досить мало: 3±1,1 на 1км^2. У посуху та при високій температурі чисельність знижується до 18±1,4 на 1км^2, також нами відмічено спад чисельності до 14±0,8 на 1км^2 особин у похмуру погоду, а у вітряну погоду кількість - до 11±0,9 на 1км^2

Загальний висновок за даними досліджень – природні умови о.Хортиця носять позитивний вплив на розвиток, чисельність та активність Cetonia aurata.

Література

1. О. Н. Кабаков Пластинчатоусые жуки подсемейства Scarabaeinae фауны России и сопредельных стран М.;, Товарищество научных изданий КМК, 2006. 374 стр.
2. В. В. Мартынов. Новая цветовая форма Cetonia aurata aurata L. (Coleoptera, Scarabaeidae) (рус.) // Известия харьковского энтомологического общества. — Донецк, Украина: Донецкий государственный университет, 1995. — Т. III, вып. 1—2.

Близнюк Юрій
студент 1 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: д. фарм. н, проф. Омельянчик Л.О.

ПРОГНОЗУВАННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОХІДНИХ ([5-АМІНО)-1,3,4-ОКСАДІАЗОЛ-2-ІЛ]МЕТИЛ)АКРИДОНУ

Похідні ряду акридону як сполуки, що мають різноманітний спектр біологічної активності, викликають значний інтерес серед дослідників. Серед гетероциклічних сполук похідні 1,3,4-оксадиазолів є важливими структурними фрагментами при розробці різних лікарських препаратів. Похідні 1,3,4-оксадиазолів мають широкий спектр біологічної дії :антибактеріальну, протигрибкову, знеболюючу, протизапальну, противірусну, протипухлинну, гіпотензивну, 306лорфенольні306 тощо[1-3].

У якості речовин для прогнозування були обрані 10-({5-[(4-хлорфеніл)аміно]-1,3,4-оксадіазол-2-іл}метил)акридин-9(10Н)-он, 10-({5-[(3-хлорфеніл)аміно]-1,3,4-оксадіазол-2-іл}метил)акридин-9(10Н)-он, 10-({5-[(4-метилфеніл)аміно]-1,3,4-оксадіазол-2-іл}метил)акридин-9(10Н)-он та 10-({5-[(3-метилфеніл)аміно]-1,3,4-оксадіазол-2-іл}метил)акридин-9(10Н)-он.

За допомогою сервісу PASSonlineбули спрогнозовані властивості цих речовин, та отримані наступні результати:

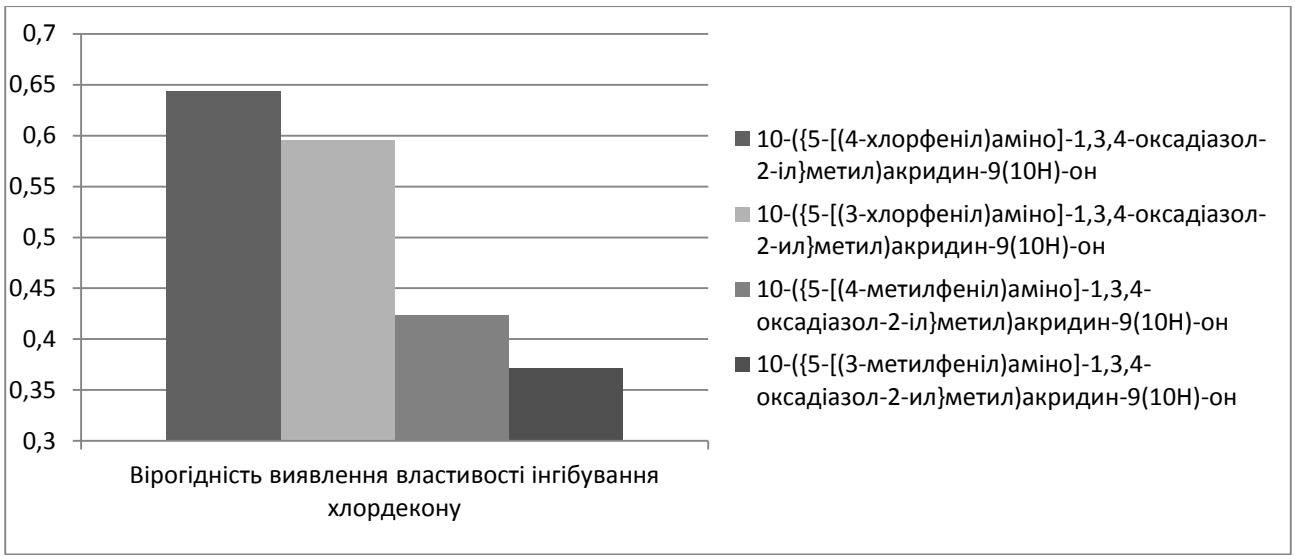


Рис. 1 Порівняння вірогідностейінгібування похідними ([5-аміно)-1,3,4-оксадіазол-2-іл]метил)акридину пестицидухлордекону

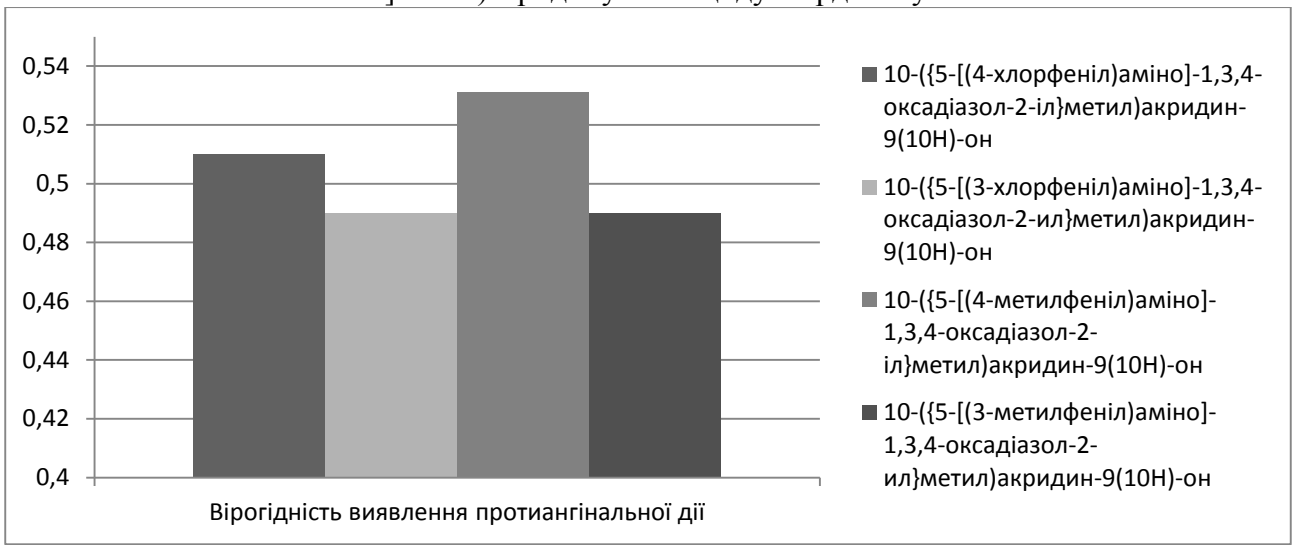


Рис. 2 Вірогідність виявленяпротиангінальної дії

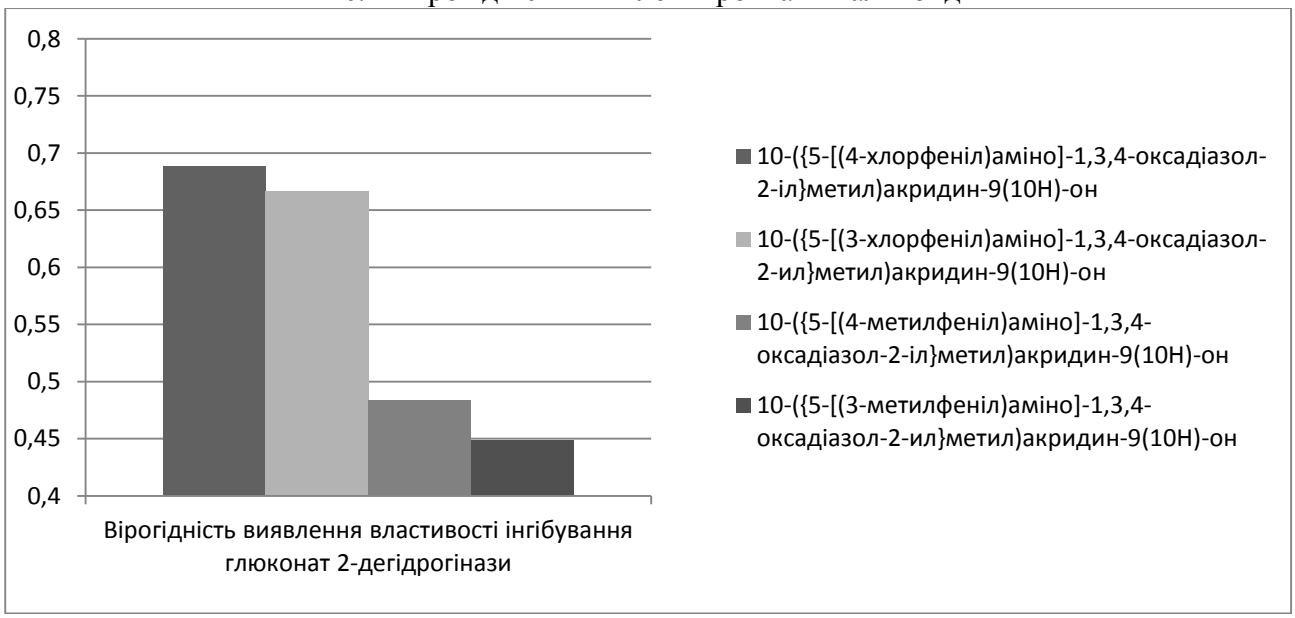


Рис.3 Вірогідність виявлення властивості інгібування глюконат 2-дегідрогенази

Досліджувані речовини з високою вірогідністю будуть мати інгібуючу дію відносно пестициду хлордекону та протиангінальну дію, але у зв'язку з тим, що більш біологічно

активні 308лорфенольні похідні можуть мати інгібуючий ефект на глюконат 2-дегідрогеназу, фермент, який бере участь в метаболізмі глюконової кислоти, потребують подальшого вивчення.

Література

1. Oliveira C. S., Lira B.F., Barbosa-Filho J.M., Lorenzo J.G.F., Athayde-Filho P.F. Synthetic approaches and pharmacological activity of 1,3,4- oxadiazoles: a review of the literature from 2000–2012 // Molecules. 2012. Vol. 17. № 9. P.10192-10231.
2. Эльдерфильд Р. Гетероциклические соединения / Р.Эльдерфильд// В 8 т., пер. с англ. М.: Иностранная литература, 1961. - Т.7. – 499 с.
3. Несынов Е.П., Греков А.П., Химияпроизводных 1,3,4-оксадиазола // Успехи химии. 1964. том 33. Вып. 10. С.1184-1197.

Бондаренко Аліна
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.:асист. Бережна А.М.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ХЛОРОФІЛЬНОЇ МУТАЦІЇ, ТИПУ «VIRIDIS»ТА ЧУТЛИВІСТЬРОСЛИНИ СОНЯШНИКУ ДО ЗАСОЛЕННЯ Na_2SO_4

Соняшник звичайний (лат.Helianthus annuus) — рід рослин родини Айстрових. Охоплює близько 110 видів. Поширена технічна і сільськогосподарська культура, широко культивується на півдні України; основна олійна культура України.Тепер соняшникова олія в Україні є найкращим харчовим продуктом як у непереробленому, так і переробленому (маргарин) вигляді.Її використовують для технічних потреб (при виготовленні мила, лаків, фарб, лінолеуму тощо).

Соняшник — теплолюбна і посухостійка рослина (її коріння дістає вологу з нижчих шарів ґрунту); для вирощування соняшника найпридатніші супіщані та суглинковічорноземи[1].

Хлорофільні мутанти вищих рослин протягом багатьох років служать зручною моделлю для вивчення процесів фотосинтезу як у фізіологічному, так і генетичному аспектах. Саме від протікання фотосинтетичного процесу залежить продуктивність рослин і посівів сільськогосподарських культур, а саме соняшнику.

Засолення призводить до змін продихового апарату. При цьому зменшуються розміри продихів, а їх кількість на одиницю площі збільшується. На тлі засолення реакція кореневої системи соняшника спрямована на пристосування до утрудненого водного режиму, асиміляційна поверхня проявляє тенденцію до змін у бікксерофітності і зниження інтенсивності фотосинтезу[2].

За даних про вплив засолення середовища виділені на ступні фактории пригнічення рослині при засоленні:

-негативнізміни в роботімеханізмівосморегуляції;

- дисбаланс мінерального складу середовища;

-стрес на сильнезасолення;

-токсикація.

Як відомо з літературних джерел, щовсіці і ряд інших особливостей обміну речовин у соняшнику на засолених ґрунтах проявляються по-різному в залежності від загального вмісту солей і від різноякісності засолення. Ці зміни починаються від проростання насіння і закінчуються на пізніх етапах розвитку рослин. Як відомо з літературнихджерел при сульфатному засоленні у рослин переважають риси ксерофітності[2,3].

Ми вважаємо актуальним є вивчення впливу хлорофільної мутації на чутливість до засолення. Через збільшення кількості засолених грунтів та для оптимізації рослини в екстримальних умовах в регіонах України.

Література

1.Приступа І.В. Соняшник, як перспективна алелопатично – активна рослина південного сходу України/ І.В. Приступа, В.О. Лях// Науковий бюлетень. – 2012.- №17.- С. 18-21

2.Йонева Ж., Петров-Спиридонов А. Е. Биометрические показатели и осмотический потенциал органов растений в условиях хлоридного засоления.//Известия ТСХА, выпуск 3, — 1985, — с. 120-125.

3.Строганов Б. П. и др., Проблемы солеустойчивости растений, М.1989.

Бондаренко Надія
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Генчева В.І.

ВИКОРИСТАННЯ ПРОТОННОГО МАГНІТНОГО РЕЗОНАНСУ ТА МАС-, ХРОМАТО-МАС-СПЕКТРОМЕТРІЇ ДЛЯ ПІДТВЕРДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ОРГАНІЧНИХ СПОЛУК (ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ)

Протонний магнітний резонанс (ПМР) − окремий випадок ядерного магнітного резонансу. Ядро ^{1}H може перебувати в двох станах: його власний магнітний момент може орієнтуватися у напрямку зовнішнього поля і проти поля.

При ЯМР-дослідженні ампулу з розчиненою досліджуваною речовиною поміщають в сильне магнітне поле і опромінюють потужним вузькочастотним імпульсом, основна частота якого характерна для даного ЯМР-спектрометра (наприклад, 100 МГц). Атоми Н резонують при деяких частотах ($\Delta E_i = h\nu_i$). Прилад виявляє поглинання енергії при цих частотах і виводить результати (в табличній формі, у вигляді спектра).

За інших рівних умов частота поглинання залежить від стану електронної оболонки атома ^{1}H. Ядра хімічно ідентичних атомів Гідрогену поглинають випромінювання однієї і тієї ж частоти. Ядра атомів Гідрогену, які хімічно розрізняються, поглинають випромінювання різної частоти.

Спектр протонного магнітного резонансу представляє собою сукупність піків, записаних на спектрограмі. Кожен пік, а іноді і сукупність піків − це запис сигналу ядерного магнітного резонансу того ядра (зокрема, атома Гідрогену), на якому ведеться дослідження.

ПМР-спектри характеризуються двома параметрами − хімічним зсувом і константами спін-спінової взаємодії, які корегуються із структурою органічної сполуки і розподілом електронної густини в молекулі [1].

Мас-спектрометрія − фізичний метод вимірювання відношення маси заряджених частинок (іонів) до їх заряду. Мас-спектрометрію використовують для визначення відносної молекулярної маси речовин, яку виражають в атомних одиницях маси (а.о.м.) або Дальтон (Da). Мас-спектр представляє собою залежність інтенсивності сигналу детектора від відношення маси іона до його заряду (m/z) [2, 3].

Мас-спектральна інформація може бути базою для виявлення зв’язку між структурою молекули і її реакційною здатністю в хімічних реакціях; дозволяє дізнатися масу молекули, її брутто-формулу; хроматографія при цьому допомагає проводити аналіз суміші за рахунок розподілу компонентів у часі потрапляння на мас-спектрометр, який дає інформацію про фізико-хімічні характеристики речовини (температуру кипіння, полярність і т.п.). Найважливішим інструментом для швидкого розшифрування результатів мас-спектрометричного аналізу є бібліотеки мас-спектральних даних.

Хромато-мас-спектрометрія (ХМС) дозволяє провести ідентифікацію сполук, а також провести якісний аналіз сумішей. Цей метод дає змогу охарактеризувати речовину, не виділяючи її із суміші; дозволяє аналізувати невеликі кількості речовини. Повні мас-спектри компонентів є «відбитками пальців» молекулярної структури і характеризують молекулярну масу і маси основних структурних фрагментів, за якими можна встановити їх склад і наявність певних функціональних груп.

Мас-хроматограми дають можливість визначити час утримування (або індекси утримування) для всіх розділених компонентів, причому завдяки селективному іонному детектуванню і спеціальним методам обробки даних ступінь поділу мас-хроматограм значно вище, ніж звичайних хроматограм, зареєстрованих іншими хроматографічними детекторами. Селективний характер детектування за допомогою мас-спектрометра дозволяє виділити певні класи речовин із складною і навіть нерозділеною хроматограмою. Різні методи іонізації мають селективність по відношенню до деяких структурних або функціональних особливостей аналізованих молекул. Вибираючи відповідний спосіб іонізації, можна здійснити селективний аналіз певних типів структур або впевнитися в наявності певних функціональних груп. Навіть при неповному розділенні компонентів, коли кожен хроматографічний пік містить кілька сполук, аналіз мас-спектрів компонентів дозволяє їх ідентифікувати [2, 3].

Таким чином, зручним, універсальним та доцільним для встановлення структури нових органічних сполук є протонний магнітний резонанс; мас-спектрометрія є найбільш інформативним методом дослідження структури органічних сполук і хімічного аналізу складних речовин і їх сумішей; хромато-мас-спектрометрія є незамінним, зручним, універсальним, простим для розуміння методом для ідентифікації органічних сполук.

Література

1. Отто М. Современные методы аналитической химии / М. Отто. – М.: Техносфера, 2008. − 544 с.
2. Клюев Н.А. Современные методы масс-спектрометрического анализа органических соединений / Н.А. Клюев, Е.С. Бродский // Рос. хим. ж. − 2002, Т. XLVI, № 4 – С. 57-63.
3. Писарев Д.И. Классические и современные методы масс спектрометрии / Д.И. Писарев // Научные ведомости: Серия Медицина. Фармация. − 2012. − № 10 (129). − Выпуск 18/2 5. – С. 5-11.

Веселков Артем
студент 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.:к.б.н., доц. ЗавгороднійМ.П.

ВИЗНАЧЕННЯ САЙТІВ ЗВ'ЯЗУВАННЯ ПОХІДНИХ ХІНОЛІН-4-ТІОЛУ З ПРЕДСТАВНИКАМИ КЛАСІВ ФЕРМЕНТІВ ОКСИДРЕДУКТАЗ, ГІДРОЛАЗТА ТРАНСФЕРАЗЗА ДОПОМОГОЮ МОЛЕКУЛЯРНОГО ДОКІНГУ

Одним з необхідних критеріїв достовірності прояву очікуваного фізіологічного ефекту препарату у рамках раціонального дизайну лікарських засобів є знаходження активного сайту білка-мішені та відповідної конформації досліджуваної молекули у даному сайті, яка характеризується мінімумом потенціальної енергії, тобто проведення молекулярного докінгу.

Захворювання часто пов'язанні із порушеннями у роботі ферментативних систем,мутацій у певних ділянках ДНК, відповідальних за синтез та регуляцію активності тих чи інших ферментів, інгібуванні тощо. Тому стає доцільним використання докінгу для прогнозування можливих механізмів такого впливу.

У рамках даної роботи у якості білків-мішеней були обрано структури представників серед трьох класів ферментів оксидредуктаз, гідролаз та трансфераз. У якості лігандів було вибрано родоначальну структура 2-метилхінолін-4-тіол та похідна від неї сполука динатрію 2-(5,8-диметокси-2-метилхінолін-4-ілсульфаніл)-сукцинат.

У якості першого білка-мішені була використана структура Cu,Zn-супероксиддисмутази.SOD1є найбільш поширеним представником антиоксидантних ферментів людини та є основним прооксидантом клітин організму.Серед фосфодиестераз було вибрано структуру PDE10A. Даний фермент грає ключову рольу регуляції

фізіологічних процесів, передача сигналів яких модулюються через cAMP та cGMP.Представником протеїнкіназ було вибрано фермент AKT-1. Він являється ключовим у шляху PI3K/AKT, тобто бере участь у регуляції проліферації, росту та виживанні клітин[Montes-Grajales, 2013].Для проведення молекулярного докінгу було використано програмний засіб AutoDockVina, AmberToolsдля оптимізації геометрії сполук,UCSFChimera, для візуалізації та побудови структур [Pettersen, 2004].

У результаті проведення серії розрахунків insilico, було зроблено припущення щодо потенційного зв'язування досліджуваних сполук із білками-мішенями та, відповідно, вірогідності їх впливу на ті фізіологічні процеси, у яких дані ферменти беруть учать.

Так, наприклад, було визначено, що, у випадку2-метилхінолін-4-тіол, знайдено значно менше енергетично вигідних зв'язувань, а утворення водневих зв'язків йде майже виключно тільки через дві неподілені пари у атома Сульфуру. У випадку 2-(5,8-диметокси-2-метилхінолін-4-ілсульфаніл)-сукцинату знайдено значно більше можливих зв'язувань, у тому числі із внутрішніми доменами ферментів. При цьому утворення водневих зв'язків у більшості випадків йде через одну карбоксильну групу. На основі проведеного моделювання практично відсутні просторові конфігурації зв'язування досліджуваних сполук із сайтами протеїнкіназиAKT-1, у той же час у випадку SOD1 та PDE10A такі зв'язування були виявлено. На рисунку 1 представлено один з варіантів зв'язування із фрементомSOD1.

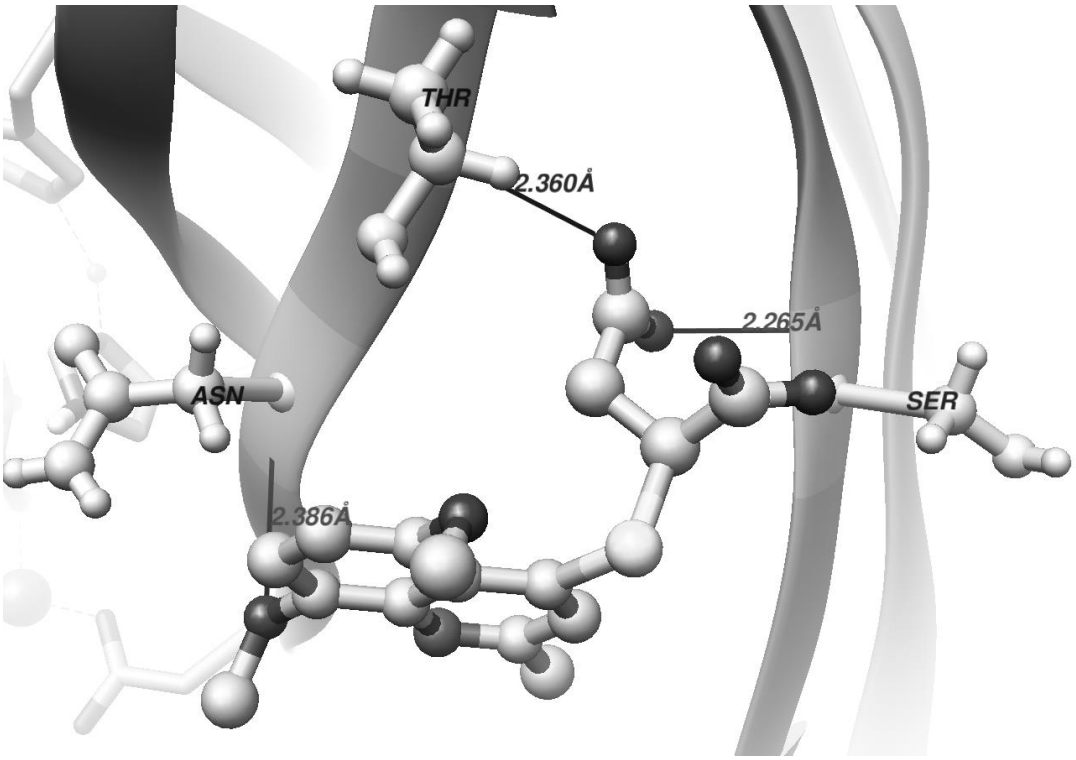


Рисунок 1. Зв'язування 2-(5,8-диметокси-2-метилхінолін-4-ілсульфаніл)-сукцинатузоднимізсайтів SOD1

На основі отриманих результатів можна зробити висновок щодо можливих модифікацій структур досліджуваних похідних хінолін-4-толу (зміна кількості карбоксильних сполук, введення додаткових функціональних груп тощо) для утворення більш міцних зв'язків з активними сайтами обраних ферментів. Отримані таким чином структури сполуки можна використати для пошуку кореляцій із результатами відповідних розрахунків ADMETпараметрів, на основі чого можна будувати гіпотези щодо можливих механізмів фізіологічної дії досліджуваних сполук.

Література
1. Montes-Grajales, Dianaet al.: DDT andderivativesmaytargetinsulinpathwayproteins// J.BrazilianChem.Soc. – 2013. – Vol24(4). – P. 558-572.
2. Pettersen, E.F. et al: UCSF Chimera - A VisualizationSystemforExploratoryResearchandAnalysis // J. Comput. Chem. – 2004. –Vol. 25. – P. 1605-1612.

Волошина Вікторія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: доц. Горбань В.В

«ВАРІОТОЗ БДЖІЛ ТА МЕТОДИ БОРОТЬБИ З НИМИ НА ПАСІКАХ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ»

Бджільництво в нашій країні є важливою галуззю сільського господарства. Бджоли збирають нектар і виробляють з нього цінний харчовий і лікувальний продукт - мед, виділяють віск, який використовується в багатьох галузях народного господарства. Незамінна роль бджіл у підвищенні врожайності сільськогосподарських рослин (гречки, соняшника, еспарцету, червоної конюшини, люцерни).

В останні роки однією із досить великих перешкод на шляху розвитку бджільництва продовжує залишатись вароатоз - найжахливіша хвороба бджіл. Не дивлячись на більшніж 40-річний період вивчення вароатозу і методів боротьби з ним, хвороба продовжує прогресувати, змінюючи форми, перебіг та патогенність.

Добре відомо, що такі пасіки не додають товарної продукції, не можуть забезпечити себе кормовими запасами. Бджолині сім'ї на таких пасіках різко слабшають і гинуть. Зменшення кількості комах-запилювачів завдає значних збитків ентомофільному рослинництву, овочівництву та садівництву.

Боротьба з вароатозом – дуже трудомісткий процес, що потребує великих фінансових затрат. В наш час розроблено досить багато різних хімічних препаратів для боротьби з кліщем вароа, як закордонного так і вітчизняного виробництва.

Метою нашої роботи є оцінка епізоотичної ситуації та визначення ефективної схеми лікування вароатозу бджіл на пасіках Запорізької області.

З метою порівняння ефективності дії за різних діючих речовин і за різних лікарських форм (смужки і розчини), ми відібрали, для проведення обробок, такі препарати, як варостоп, апістан, біпін, бівароол.

Для проведення досліджень ми сформували декілька дослідних груп бджолиних сімей. У період з 11 серпня по 10 жовтня 2015 року проводилась обробка сімей. Ефективність препаратів визначали шляхом порівняння показників екстенсефективності та інтенсефективності кожної дослідної групи.

В ході досліджень було з'ясовано, що для лікування варотрозу на пасіках Запорізької області рекомендовано використовувати такі препарати, як варостоп і апістан оскільки вони дають 100% терапевтичну ефективність. Але всі інші досліджені нами препарати також дають хороші результати :

Біварол – в середньому по групі складала: ЕЕ – 92,4%, ІЕ – 83,3%

Біпін – в середньому по групі ЕЕ – 85,1%, ІЕ – 67%.

ГлинянськаАнастасія
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к. б. н., доц. Полякова І. О.

ВИВЧЕННЯ ОДНОРІЧНИХ ДИКИХ ВИДІВ РОДУ LINUM

Рід Linum за даними різних авторів нараховує до 230 видів світової флори, в Україні представлений 16–25 видами з 6-7 секцій. Після останньої монографічної обробки роду у флорі України, накопичились нові дані, однак ряд питань його систематики, біоморфології, географії, філогенії та еволюції не вирішені[1].

Льон є одним з найдавніших культурних рослин. Проведені розкопки свідчать про те, що льон, як прядивна культура, був відомий європейцям і древнім єгиптянамвжекам`яного періоду. До IV ст. н.е його культивуванням займалися ислов`янські племена[1]. Вже давно в культурі льону чітко визначилися два напрямки - на волокна та на насіння, для отримання олії. В наш час льон входить до 10 основних олійних культур і займає одне з перших місць як прядивна культура. В останні роки особлива увага звертається на різні біологічно активні речовини льону для використання в медицині та харчуванні людини і тварини [2].

Найбільший інтерес для застосування диких видів льону в селекційній практиці мають однорічні дики види групи 2n = 30. Однак, на жаль, вони мало вивчені і інформація в різних джерелах відрізняється. Тому нашою метою стало детальне вивчення цих видів *ex situ* за широким рядом ознак для подальшого залучення їх в генетико –селекційні програми.

Linum angus tifolium Huds. Однорічна рослина висотою до 60 смзі стеблами, що підводяться. Листя дрібне, близько 1.5 см довжиною і 1 мм шириною, лінійно-ланцетне, сіро-зеленого кольору. Квітки до 15 мм в діаметрі, світло-блакитні або блідо-фіолетові. Коробочки дрібні,розтріскуються . Гомостильний вид. Вегетаційний період складає 104 дні, кількість бічних стебел - 4,2 ± 0,3 шт, кількість коробочок - 31,9 ± 2,80 шт. Більша частина науковцівважає,щовсікультурнільониберуть початок самевідцього виду.

Linum bienne Mill.Трав'янистий однорічник, рідшебагаторічник, заввишки до 60 см. Рослина з численними (рідше одиночними), що підводяться (рідше прямостоячими), у верхній частині розгалуженими, добре облистяними стеблами. Крім фертильних пагонів, є ще нецвітучі, укорочені, густо облистяні, сланкі стебла. Листя до 1,5 см завдовжки, 1 мм шириною, вузьколанцетні або лінійно-ланцетні, на верхівці гострі, майже колючі, сизуваті, з трьома жилками. Квітки поодинокі на кінцях гілок, 1,1-1,6 см в діаметрі.Гомостильний вид. Квітконіжки дуже тонкі, після відцвітання сильно подовжуються. Чашолистки яйцеподібні, гострі, по краю білоплівчасті, зубчато-війчасті. Пелюстки світло-блакитні або блідо-фіолетові. Плоди - коробочки 5-6 мм завдовжки, 4,5-5 мм в діаметрі, кулясто-яйцеподібні, при дозріванні розтріскуються.Насіння дрібне, коричневе, гладке, блискуче, 2-3 мм завдовжки. Дуже поліморфний вид [1]. Вегетаційний період – 97 днів.Цвіте у квітні - травні, плодоносить у травні - червні. Поширення: Середземномор'ї, Крим, Кавказ (Передкавказзя, Західне і Східне Закавказзя, Талиш), Мала Азія[2]. В давнину вирощувався в середземноморських країнах; швидше за все, культурні льони у своєму походженні пов'язані з цим видом [1,2].

Linum crepitans Dum.Мало вивчений вид. В насінні міститься приблизно 41% олії.Гомостильний вид[3].

Linum hispanicum Mill.Дуже мало вивчений вид. Коробочки візуально розтріскуються сильніше черезмалий розмір коробочки[3].Гомостильний вид.

Література

1. Мороз О.М. Рід Linum L. флори України: короткий нарис історії досліджень // Наук. вісн. Чернівецького ун-ту. Зб. наук. пр. – Вип. 193. – Біологія. – Чернівці: Рута, 2004. – С. 126–133.
2. Оптасюк, О.М. Рід Linum L. у флорі України / О.М. Оптасюк, М.В. Шевера. – К.: Альтерпрес, 2011. – 276 с.
3. Изучениепризнаковсемян и коробочекоднолетних диких видовльна / Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Біологічні науки. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2012. – С. 43-48.

Гречко Катерина
викладач фак.-ту фізичного виховання
Наук. кер.: к.б.н., доц. Дьомін О.М.

ОСОБЛИВОСТІ ДОБОВИХ ЗМІН КРОВОТОКУ ШКІРИ У СПОРТСМЕНІВ І НЕСПОРТСМЕНІВ

Актуальність вивчення адаптаційних змін організму при заняттях спортом не викликає сумнівів і дає можливість оцінити ступінь оптимальності регуляції системної

гемодинаміки [1]. Кровоток шкіри є чутливим і інформативним показником, що відображає як взаємовідношення центрального і периферичного кровообігу, так і стан терморегуляційних процесів на фоні фізичної роботи [2-3].

Мета роботи: вивчення особливостей кровотоку шкіри протягом доби в умовах природної рухової активності.

Дослідження було проведено на 13 спортсменах і 11 неспортсменах. Вимірювання кровотоку шкіри проводилося за допомогою приладу, що вимірює електричну провідність шкіри SCM - 101 (ITAM, Забже, Польща), протягом доби з інтервалом в 1 годину в умовах, які відповідали звичному для обстежуваних режиму життєдіяльності.

При порівняльній оцінці показників спортсменів і неспортменів звертає на себе увагу загальне для всіх обстежуваних зниження інтенсивності кровотоку шкіри в нічні години (кліностатіка), а також після прийому їжі на фоні перерозподілу системного кровотоку переважно в органи травлення. Загальним для всіх було також виражене збільшення кровотоку шкіри в ранкові години на фоні зміни пози і збільшення інтенсивності як системного кровообігу, так і кровотоку шкіри, спрямованого на підтримку більш енергоємного вертикального (ортостатичного) положення тіла.

У той же час відмічено виражені відмінності в динаміці кровотоку шкіри на фоні більш високої рухової активності у спортсменів в порівнянні з неспортсменами. Спостерігається виражений приріст кровотоку шкіри в години, які відповідають тренувальній програмі.

При цьому ці підйоми (в години ранкового та вечірнього тренування) відтворюються незалежно від того проводилося в даний час тренування чи ні. Це вказує на адаптаційні перебудови циркадіанного ритму, коли перерозподільні реакції серцево-судинної системи чітко підпорядковані сформованому режиму життєдіяльності.

Більш стабільна, без виражених змін добова динаміка кровотоку шкіри у неспортсменів додатково підтверджує значимість стабільно відтворюваних впливів на організм різних екзогенних факторів і можливість використовуваного нами методу відстежувати такі зміни.

Висновки:

1. Підтверджена висока інформативність показників кровотоку шкіри при впливі різних факторів зовнішнього середовища, а також при оцінці добового режиму життєдіяльності.

2. Аналіз добового режиму у неспортсменів демонструє стабільність регуляції кровотоку шкіри більш інтенсивного в денні години (ортостатіка, полуортостатіка), і більш низький рівень його в нічні години (кліностатіка).

3. Визначається відмінність в регуляції кровотоку шкіри між спортсменами та неспортсменами, яка полягає в адаптивному підйомі показників кровотоку шкіри в ті періоди, які відповідають тренувальній діяльності як на фоні фізичних навантажень, так і при відсутності їх.

Література

1. Дуров А.М. Оценка уровня функциональных возможностей и биологического возраста спортсменов (хронобиологические аспекты) / А.М. Дуров. //Спорт и здоровье. – 2005. – № 8. – С. 24–26.

2. Хронобиологические аспекты изучения сердечно-сосудистой системы / Ф.И. Комаров, С.И. Раппопорт, О.А. Артемьева, В.И. Бувальцев // Терапевтический ар-хив. – 1990. – Т. 62, №4. – С. 151–155.

3. Неборский С.А. Антропофизиологический подход в биоритмологическом обеспечении здоровья / С.А. Неборский, Г.С. Белкания, К.С. Неборская // Вестник спортивной науки. – 2012. – №2. – С. 39–43.

Джос Марина
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Домбровський К.О.

ЗООПЛАНКТОН ШТУЧНИХ ОЗЕР ПАРКУ «ПЕРЕМОГИ» МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ

Штучні озера на території великих промислових міст являються частиною як рекреаційних ресурсів, так і ресурсів біорізноманіття. Після реконструкції у парку "Перемоги" міста з травня 2011 року відновили та очистили три штучних озера які є одним із компонентів ландшафту паркової зони.

Об'єктом дослідження був зоопланктон штучних озер парку «Перемоги». Зоопланктон відбирали у вересні 2015 року кількісною сіткою Апштейна, середня модель (профільтровували крізь сітку об'єм води в 100 л), а його аналіз − за допомогою загальноприйнятих методик [Методи гідроекологічних досліджень поверхневих вод, 2006]. До домінантних відносили організми щільність яких складала більше 10% від загальної чисельності зоопланктону. Температура води у штучних водоймах коливалась у межах 11-13°С. Видовий склад зоопланктону досліджених штучних озер парку раніше не досліджувався. У зв'язку з цим нами була поставлена мета дослідити видове різноманіття та структурні показники зоопланктону штучних озер парку «Перемоги» м. Запоріжжя.

Видовий склад зоопланктону був представлений 24 видами та формами, які належать до чотирьох таксономічних груп. Найбільша кількість видів була виявлена серед коловерток (13 видів та форм), 9 видів належали до веслоногих ракоподібних, остракоди та нематоди були представлені по одному виду відповідно (таблиця 1).

Максимальна чисельність та біомаса зоопланктону була виявлена на штучному озері №2 – 103,5 тис. екз./м^3 і 3,24 г/м^3 відповідно. Невисокі показники чисельності та біомаси зоопланктону були зафіксовані на штучному озері №1 – 18,8 тис. екз./м^3 і 0,52 г/м^3 відповідно.

Відповідно до класифікації (Китаев, 1984) за шкалою «трофності» штучні водойми (озеро №1 і озеро №3) парку «Перемоги» можна віднести до β-оліготрофного типу, та як біомаса зоопланктону в них менша 1,0 г/м^3. Штучне озеро №2 відноситься за трофністю до водойм β-мезотрофного типу.

Для оцінки трофічного статусу водойм також використовували коефіцієнт трофії (Е) [Андронникова, 1996]. За структурними характеристиками угруповань зоопланктону всі досліджені штучні озера відповідають водоймам гіперевтрофного типу, а значення коефіцієнту трофії змінювались у межах 5,0-9,3.

До складу домінуючого комплексу зоопланктону досліджених штучних озер належать виключно веслоногі ракоподібні Acanthocyclops venustus, Cryptocyclops bicolor bicolor та Eucyclops serrulatus, які переважали в угрупованнях зоопланктону за чисельністю та біомасою.

Таблиця 1 – Таксономічний склад та зустрічальність зоопланктону штучних озер парку "Перемоги" м. Запоріжжя (вересень 2015 р.)

Таксони	Озеро №1	Озеро №2	Озеро №3
Anuraeopsis fissa (Gosse)			+
Brachionus angularis Gosse	+	+	+
B. bidentata Anderson	+		
B. variabilis Hempel	+	+	
B. calyciflorus Pallas		+	+
Keratella cochlearis cochlearis Gosse	+		
K. tropica (Apstein)		+	+
Platyias polyacanthus (Ehrenberg)	+		
Colurella adriatica Ehrenberg	+		

Notommata aurita Muller	+		
Euchlanis dilatata lucksiana Hauer			+
Habrotroha sp.		+	
Trichocerca rousseleti (Voigt)	+		
Всього Rotatoria	8	5	5
Eucyclops serrulatus Fischer	+		+
Diacyclops bicuspidatus (Claus)			
D. limnobius Kiefer			+
Neomrazekiella northumbrica (s. lat.)	+		
Mesocyclops bodanicola Kiefer			+
Cryptocyclops bicolor bicolor (Sars)		+	+
Acanthocyclops venustus (Norman et Scott)	+	+	+
Attheyella crassa (G.O. Sars)		+	
Megacyclops viridis (Jurine)		+	
Nauplii (наупліальні стадії копепод)	+	+	+
Всього Copepoda	3	4	5
Ostracoda gen. sp	+	+	
Nematoda gen. sp			+
Інші таксономічні групи	1	1	1
Разом	12	10	11

Література

1. Методи гідроекологічних досліджень поверхневих вод / [О.М. Арсан, О. А. Давидов, Т.М. Дьяченко та ін.]. – К.: ЛОГОС, 2006. – 408 с.
2. Китаев С.П. Экологические основы биопродуктивности озер разных природных зон / С.П. Китаев. – М.: Наука, 1984. – 207 с.
3. Андроникова И.Н. Структурно-функциональная организация зоопланктона озерных экосистем разных трофических типов / И.Н. Андроникова. – СПб.: Наука, 1996. – 189 с.

Євлаш Аліна
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер. д.б.н., проф. Бражко О.А.

СИНТЕЗ ТА ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ (2-R-ХІНОЛІН-4-ІЛСУЛЬФАНІЛ) КАРБОНОВИХ КИСЛОТ

Синтез нових речовин, дослідження їх будови, фізико-хімічних властивостей та подальше встановлення їх біологічної активності й використання для створення нових ефективних лікарських засобів завжди буде актуальним.

Останнім часом особливу увагу приділяють синтезам похідних структур, які мають високу біологічну активність, оскільки похідні можуть мати підсилену біологічну дію та, інколи, нові властивості, дають можливість відкрити нові області використання цих сполук. Також відомо, що різні замісники по різному впливають на властивості новосинтезованих речовин.

В лабораторії біотехнології ФАР Запорізького національного університету проводять синтез похідних хіноліну. Сучасній медичній практиці добре відомі антимікробні, антиоксидантні, протизапальні, протипухлинні властивості похідних хіноліну.

При синтезі нової сполуки виникає необхідність у встановлені її будови, фізичних та хімічних властивостей, основних констант. Такі задачі вирішуються за допомогою сучасних методів досліджень [1].

Дані, отримані в результаті багатостороннього аналізу, дозволяють запропонувати для невідомої сполуки за меншою мірою ковалентну структуру, а також дають можливість зробити висновки про відносну стехіометрію. Задачу встановлення будови можна вирішити

шляхом вдалого підбору одного чи двох спектроскопічних методів, підтвердивши отримані дані простим хімічним тестом чи за допомогою визначення температури плавлення або кипіння, ліпофільності та інших фізико-хімічних характеристик [2,3].

При заміні атому водню в меркаптогрупі 4-меркаптохінолінів на алкільний або амінкарбоксильний радикал спостерігалась поява значної (на рівні анальгіну і більше) аналгетичної активності. Естерифікація (хінолін-4-ілсульфаніл)карбонових кислот неоднаково впливала на їх дію. Так, етилові естери дещо поступалися за дією відповідним кислотам, а метилові проявляють значну аналгетичну активність, яка перевершує дію відповідної кислоти. Присутність атома сульфуру обумовлює як антирадикальний захист по відношенню до (OH·), так і інгібування процесів ліпопероксидації (ROOH) за рахунок відновлюючих властивостей (2-R-хінолін-4-ілсульфаніл) карбонових кислот з утворенням сульфоксиду та шестичленних комплексів з металами змінної валентності, які значно посилюють процеси вільнорадикального окиснення.

Система хіноліну містить високореакційне електронодефіцитне положення C_4, що дає змогу модифікувати її та одержувати нові сполуки з цінними властивостями. У наш час існує думка, що висока активність цих сполук пов’язана з їх здатністю утворювати комплекси з нуклеїновими кислотами за рахунок високого внутрішньоклітинного проникнення, впливу на процеси розмноження бактерій шляхом інгібування бактеріального ферменту [4].

Дослідження біологічної дії сполук вказує на те, що їх активність, значною мірою визначається природою замісників у хіноліновому гетероциклі. Введення алкоксигрупи в шосте положення хіноліну для S-заміщених 4-ілсульфанілхіноліну сприяє значному зниженню гострої токсичності, появі вираженої антиоксидантної, протизапальної та аналгетичної дії.

Важливою особливістю фармакологічної дії похідних 4-тіохіноліну є їх здатність впливати на концентрацію катехоламінів, рівень яких при стресі значно підвищується.

За допомогою комп’ютерних програм та експериментальним шляхом вивчено фізико-хімічні властивості (2-R-хінолін-4-ілсульфаніл) карбонових кислот. Підтверджено будову синтезованих сполук за допомогою елементного аналізу, ЯМР-спектроскопії, мас-спектрометрії, а їх індивідуальність – методом тонкошарової хроматографії [5].

Біологічна активність та методи синтезу (2-R-хінолін-4-ілсульфаніл) карбонових кислот не достатньо вивчені, тому ця тема є досить цікавою і актуальною.

Література

1. Біологічна активність деяких S-гетерилзаміщених L-цистеїну та їх аналогів / Ю.Ю. Петруша, Л.О. Омельянчик, О.А. Бражко, М.П. Завгородній // Ukrainica Bioorganica Acta. – 2012. – № 1. – С. 46–52.

2. Генчева В.І. Комп'ютерний прогноз біологічної активності S-заміщених похідних хіноліну та вивчення залежності токсичної дії від хімічної будови / В.І. Генчева // Вісник ЗНУ. – 2013. – № 2. – С. 165-175.

3. PetrushaYu.Yu. Synthesis and toxicity of di-NA-salt of 2-(pyridine-4-iltio)succinic acid / Yu.Yu. Petrusha // Вісник ЗНУ. – 2014. – № 1. – С. 211-216.

4. Синтез та властивості (5,8-диметоксихінолін-4-ілтіо)-карбонових кислот / О.О. Бражко, М.М. Корнет, І.Б. Лабенська, В.І. Генчева // Матеріали XXIII Української конференції з органічної хімії, присвяченої 95-річчю НАН України, 16–20 вересня 2013 : зб. наук. ст. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2013. – 378 с. – С. 232.

5. Бражко О.А. Синтез та фізико-хімічні властивості 5,8-діалкоксизаміщених (2-метил(феніл)хінолін-4-ілтіо)карбонових кислот / О.А. Бражко, А.В. Безфамільний // III регіональна конф. «Актуальні проблеми та перспективи розвитку медичних, фармацевтичних та природничих наук», 29 листопада 2014 р. : зб. наук.ст. – Запоріжжя : ЗНУ, 2014. – 374 с. – С. 135-136

Ємелін Дмитро[1], Крупєй Кристина[2]
[1]студент 1 курсу фак.-ту соціології та управління,
[2]аспірант 2 року навчання біологічного фак.-ту
Наук. кер.: д.б.н., проф.. Рильський О.Ф.

РОЗВИТОК ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Правові основи організації, охорони, ефективного використання природно-заповідного фонду (ПЗФ) України, відтворення його природних комплексів та об'єктів регулюється Законом України «Про природно-заповідний фонд України» від 16 червня 1992 року № 2456-XII, зі змінами.

Відповідно до європейських стандартів, на проміжок часу, що синхронізується з плановими та бюджетними циклами ЄС, з урахуванням впливу світових тенденцій просторового розвитку в напрямку збільшення територій, що потребують охорони, Кабінетом Міністрів України визначено стратегію регіонального розвитку на період до 2020 року, яка затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 року № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року».

Метою роботи є аналіз основних показників у сфері розвитку заповідної справи Запорізької області за 2015 рік.

Площі земель, що оголошені територіями ПЗФ за 2015 рік, національна екологічна мережа в регіоні виступають об'єктами дослідження.

Одним із пріоритетних напрямків розвитку природно-заповідної справи на території Запорізької області, визначених стратегією, виступає збільшення загальної площі заповідних територій Запорізького краю.

Так, стратегією регіонального розвитку передбачено поетапне збільшення території та об'єктів ПЗФ. В Запорізькій області запланована площа земель ПЗФ повинна становити: станом на 1 січня 2013 р. – 122,2 тис. га, на 1 січня 2017 р. – 239,2 тис. га, на 1 січня 2020 р. – 326,2 тис. га. У 2015 році за рішеннями Запорізької обласної ради створено 5 нових та розширено 1 територію ПЗФ місцевого значення в межах Пологівського, Мелітопольського районів Запорізької області та міста Мелітополь. Загальний приріст площі заповідності в регіоні у 2015 році склав 406,1609 га.

На початок 2016 року в адміністративних межах Запорізької області нараховується 342 території та об'єкти ПЗФ загальною площею 124,657 тис. га, з них 23 загальнодержавного значення та 319 місцевого значення (відсоток заповідності Запорізької області від загальної площі становить 4,58) [1].

Нами зроблений аналіз Законів України «Про екологічну мережу України» від 24 червня 2004 року № 1864-IV, зі змінами та «Про загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000-2015 роки» від 21 вересня 2000 року № 1989-III, зі змінами, який дозволяє зазначити, що важливим напрямком розвитку заповідної справи є об'єднання територій, що мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну та іншу цінність і виділені з метою збереження природної різноманітності ландшафтів, генофонду тваринного і рослинного світу, підтримання загального екологічного балансу в єдину мережу, яка слугуватиме унікальним джерелом фонового моніторингу навколишнього природного середовища. Такою мережею є регіональна схема формування екологічної мережі Запорізької області, яка розроблена науково-виробничим підприємством «Екоресурс і моніторинг» у 2015 році [1]. На схемі екомережі визначені ключові, сполучні та буферні території, природні регіони і коридори, території та об'єкті ПЗФ, земельні ділянки найбільш важливого значення, на яких зростають природні рослинні угруповання, занесені до Зеленої книги України, території, які є найбільш важливими місцями перебування чи зростання видів тваринного і рослинного світу, занесених до Червоної книги України, гідрографічна мережа річок та крупних штучних басейнових водойм Запорізької області,

схеми лісових насаджень Запорізької області. Таким чином, станом на 1 січня 2016 року рівень реалізації стратегії регіонального розвитку становить 38,21 %.

Запорізькою обласною державною адміністрацією повністю виконані завдання, які визначені в Законі України «Про загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000-2015 роки». Регіональна схема формування екологічної мережі Запорізької області містить не тільки об'єкти ПЗФ, які сполучені екологічними коридорами, а й земельні ділянки із цінними природними комплексами. Все це є підґрунтям для віднесення таких територій до об'єктів ПЗФ в майбутньому, з можливістю подальшого розвитку заповідної справи Запорізької області та повної реалізації стратегії регіонального розвитку.

Література

1. Звіт з науково-дослідної роботи «Розробка регіональної схеми формування екологічної мережі Запорізької області» / В. Д. Сіохін та [ін.] ; видавництво ТОВ «НВП ЕКОРЕСУРС І МОНІТОРИНГ». – Мелітополь, 2015. – 406 с.

Єфіменко Інна
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер. к. б. н., доц. Дубова О. В.

МОРФОМЕТРИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАСІННЯ ЛІНІЙНОГО МАТЕРІАЛУ СОНЯШНИКА

Соняшник – Helianthus annus L. – вирощують переважно для отримання насіння, з якого виробляють високоякісну олію, що за смаковими якостями прирівнюють до оливкової і широко використовується на харчові потреби.[1]

Численні види соняшнику мають велике різноманіття щодо розміру, форми, кольору сім'янок. Товщина, ширина та довжина сім'янки – це кількісні ознаки рослини, які впливають на продуктивність рослини. Сім'янки має генетичне варіювання по довжині від 0,5 до 2,5 см. При створенні олійних сортів та гібридів перевага надається селекційним зразкам, у яких товщина та ширина сім'янки однакові. Забарвлення сім'янки визначається наявністю розчинного пігменту фітомеланіну, який знаходиться у клітинах епідерми, гіподерми та панцирного шару – останній являє собою захисну зону, що не дозволяє гусеницям соняшникової вогнівки (Homoesoma nebulella Hb.) пошкоджувати сім'янку.

Забарвлення сім'янки варіює від білого до чорного через сірі або коричневі відтінки та смугасті форми. Білий колір вказує на відсутність фітомеланіну, сірий – на сполучення білого коліру з фітомеланіном. Поєднання фітомеланіну з чорним кольором посилює чорний колір, у разі наявності антоціану утворюється вугільно-чорний колір із чорним відливом.

Білий колір домінує по відношенню до усіх інших, а чорний домінує над коричневим, коричневий над сірим. У селекції олійного соняшнику недоцільно використовувати лінії, що мають вугільно-чорний колір, так як антоціан погіршує колір олії. Промислові сорти та гібриди зазвичай мають темно-сірий колір з світло-сірими або більш темними смужками, або чорний без смужок. Епідерма оплодню може бути повністю пігментована, може мати темні (пігментовані) смужки, що чергуються зі світлими (не пігметованими) смужками або бути повністю світлою. Ці ознаки контролюються трьома алелями одного гена. Порядок домінування смугастості сім'янок наступний: білий колір з чорними смужками > чорний з білими смужками > чорний із сірими смужками > коричневий з білими смужками > сірий із білими смужками [2].

На території дослідної ділянки кафедри садово-паркового господарства та генетики рослин було закладено ділянку з вирощування лінійного матеріалу соняшнику, яким були присвоєні відповідні номери. Насіння культурного соняшнику різних ліній було отримано Інститутом олійних культур Національної Академії аграрних наук України. [3]. У

вегетаційний період 2014 – 2015 років були отримані гібриди F_1 : 27168 х H.mollis, 27168 х H. divaricatus, 27156 х H. divaricatus, 27156 х H.mollis, 27183 х H.mollis, 27183 х H. divaricatus. В якості материнської рослини були обрані рослини ліній соняшника 27156, 27168 та 27183, батьківської – рослини багаторічного соняшника H. divaricatus та H.mollis. В таблиці надані показники довжини, ширини, ваги гібридних рослин покоління F_1 та їх материнських форм. Довжина сім'янок досліджених рослин соняшника коливається від 7, 75 до 11, 7 см.; ширина – від 3,20 до 8,20 см; вага – від 0,022 – до 0,138 г.

Таблиця – Морфометричні характеристики сім'янок соняшнику

	Довжина (мм)	Ширина(мм)	Вага (г)
27 168	10,24 ± 0,041	5,64 ± 0,047	0,068 ± 0,001
F_1 27168 х H. divaricatus	9,95 ± 0,003	4,00 ± 0,319	0,042 ± 0,016
F_1 27168 х H.mollis	8,80 ± 0,003	4,25 ± 0,005	0,033 ± 0,003
F_1 27156 х H. divaricatus	8,40 ± 0,029	3,90 ± 0, 002	0,034 ± 0,002
F_1 27156 х H.mollis	7,75 ± 0,059	3,20 ± 0,003	0,022 ± 0,002
27183	10,60 ± 0,041	6,24 ± 0,047	0,076 ± 0,001
F_1 27183 х H. divaricatus	10,20 ± 0,005	7,72 ± 0,004	1,001 ± 0,008
F_1 27183 х H.mollis	11,7 ± 0,006	8,20 ± 0,007	1,038 ± 0, 003

Таким чином, встановлено, що найбільші розміри та вага насіння у рослин лінії 27183 та її гібридів. У гібридних рослин покоління F_1 лінії 27168 і з H. divaricatus і з H.mollis спостерігається зменшення морфометричних характеристик довжини, ширини та ваги насіння, а у гібридних рослин покоління F_1 лінії 27183 з H.mollis, навпаки, ці показники більші, ніж у материнской рослини.

Література

1. Цветок солнца (Основі биологии и агротехники подсолнечника)/ И.Д.Ткалич, Ю.И.Ткалич, С.Г.Рычик. – Днепропетровск , 2011. – 172с.
2. Рябчун В. К. Генофонд рослин як основа прогресивного розвитку селекції / В. К Рябчун, В. В Кириченко, А. А. Корчинський // Вісник аграрної науки. – К., 2001. – №8. – С. 39–41.
3. Лях В.А. Индуцированный мутагенез масличных культур / В.А. Лях, И.А. Полякова, А.И. Сорока – Запорожье: Запорожский национальный університет, 2009.- 266 с.

Єфімова Юлія
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук.кер.: к.б.н., доц.. Сарабєєв В.Л.

АНТРОПОГЕННИЙ ВПЛИВ НА ВИДОВИЙ СКЛАД ТА МОРФО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ РИБ У ВОДОЙМАХ УКРАЇНИ

За світового зростання населення зростає потреба в проведенні природоохоронних заходів спрямованих на збереження і відтворення водних біоресурсів.

Актуальність антропогенного впливу на видовий склад риб у внутрішніх водоймах України зростає через кризу економіки, під впливом якої продовольче забезпечення ускладнюється. Певною мірою,проблему можна вирішити за посиленого використання іхтіофауни, так як її запаси зменшуються, а структура змінюється.

Мета дослідження - вплив аматорського рибальства у внутрішніх водоймах України на прикладі Каховського водосховища, визначити його вплив на іхтіофауну, зокрема промислову.

Починаючи з 1970-х р., спостерігається стрімкий розвиток аматорського рибальства як різновиду активного відпочинку,а на початку 90-х, за даними до- слідників, чисельність неорганізованих риболовів-аматорів на озерах, річках та водосховищах нараховувала

близько 4,8–5,2 млн чоловік. За кількістю риб аматорські улови приблизно в 5,6–9 разів перевищують, а за масою дорівнюють промисловим показникам.

В уловах рибалок-аматорів на Дніпровських водосховищах нараховується близько 15–26 видів риб. Погіршення соціально-економічних умов життя зумовило поділ аматорського рибальства на рекреаційне (з метою відпочинку) та споживацьке (коли улов рибалки становить основний чи додатковий заробіток).

За даними попередніх досліджень, частка цінних промислових видів риб в аматорських уловах сягає 57,7%, до того ж 95% складають нестатевозрілі особини. Наявність в уловах малоцінних видів риб вказує на своєрідну біомеліоративну роль аматорського лову

Сучасне збіднення іхтіофауни відбулося за рахунок зменшення видового багатства прохідних та напівпрохідних форм, ефективному відтворенню яких заважає будівництво гребель та ГЕС на більшості річок басейну. Натомість упродовж останнього часу відбулася експансія нових видів за рахунок інвазії (сонячна риба синьозяброва, чебачок амурський та ін.) та інтродукції (кефаль піленгас, карась сріблястий, товстолобики білий амурський і строкатий південнокитайський та ін.)

Визначивши основні моменти сучасної організації аматорського рибальства, пропонуємо впровадити єдину уніфіковану методику проведення дослідження аматорського рибальства на рибогосподарських водних об'єктах України, де буде передбачений облік кількості рибалок - аматорів, облік обсягів та якісного складу їхніх уловів.

Література

1.Демченко В. О. Закономірності трансформації іхтіофауни водойм Азовського басейну за впливу природних та антропогенних чинників / Демченко В. О. // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора біологічних наук. – 2013. – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. – С.7 – 30.

2. Кузьменко Ю.Г. Сучасний стан та деякі аспекти регулювання аматорського рибальства як істотного чинника антропогенного впливу на іхтіофауну внутрішніх водойм України / Ю. Г. Кузьменко, Т. В. Спесивий // Рибогосподарська наука України. – 2008. - №3 – С.23-28.

Забавка Ганна
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к. б. н., доц. Полякова І. О.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РІЗНИХ ГЕНОТИПІВ ALCEA ROSEA L. ЗА ОЗНАКАМИ ДЕКОРАТИВНОСТІ

Шток – роза – високо декоративна дворічна культура, незамінна в квіткових композиціях та сучасному садовому будівництві. Характеризується високою екологічною стійкістю, що для сходу та півдня України є дуже важливим фактором, так як саме через посуху та часті суховії багато декоративних рослин мають низьку життєздатність.

Метою роботи було створення та вивчення колекції ліній шток-рози за ознаками декоративності з подальшим створення нових високопродуктивних сортів з покращеними господарсько-цінними ознаками.

Досліди закладали згідно з «принципом єдиної відмінності», а саме: посів в один день на одній ділянці землі, у двох повтореннях з чергуванням систематичним методом. Завдяки цьому всі зразки були в однакових умовах, що зводить до мінімуму можливість похибки результатів через різного роду кліматичні, погодні, ґрунтові чи інші фактори, що могли б вплинути на ріст та розвиток рослин, і, як наслідок, на результати експерименту.

Встановлені низькі показники польової схожості при вирощування шток-рози через насіння (14 - 45 %). Виявлено, що накопичення зеленої маси найповільніше відбувається у зразка Л-5, адже він значно відстає як за площею листкової пластинки, так і за кількістю листків на одній рослині. Разом з тим, найактивніше розвивається зразок Л-4.

На етапі весняного відновлення вегетації у колекційних зразків чітко простежуються генотипові відмінності. Найкращими показниками відновлення вегетативної маси на початку другого року розвитку вирізнився зразок Л – 4. У цього генотипу відмічено ранній вихід зі стану зимового спокою та швидке нарощування листкової маси у перші періоду весняного розвитку.

Подальша робота спрямована на продовження створення та вивчення колекції за ознаками вегетативної частини і квітки, виявлення характеру успадкування основних ознак декоративності шток-рози.

Література

1. Полякова І.О. Селекція декоративних рослин / І.О. Полякова, В.О.Лях, О.А. Бойка
2. Навчально-методичний посібник для студентів біологічного факультету галузі 0901 "Сільське господарство" напряму підготовки "Лісове та садово-паркове господарство".- Запоріжжя: ЗНУ, - 2009. -104 с.
3. Полякова И.О., Клименко О.М. Вивчення різних зразків Alcea Rosea L. за ознаками декоративності // Актуальні питання біології, екології та хімії: електронне наукове видання [електронний ресурс] / Запорізький національний університет. – 2012. - №1 . – С.68-75.

Іванова Ксенія
студентка 4 курсу біологічного фак-ту
Наук. кер.: к. б. н., доц. Копійка В. В.

ФАГОЦИТАРНА АКТИВНІСТЬ НЕЙТРОФІЛІВ ПРИ СИНДРОМІ ГІПЕРСТИМУЛЯЦІЇ ЯЄЧНИКІВ

Через впровадження в клінічну практику допоміжних репродуктивних технологій відбулось збільшення частки індукованих вагітностей, що мають ускладнений перебіг, основний спектр яких пов'язаний з синдромом гіперстимуляції яєчників (СГЯ), штучно створеного стану - медикаментозній стимуляції функції яєчників (суперовуляції), яка полягає в надмірній неконтрольованій реакції яєчників на екзогенне введення препаратів-індукторів овуляції.

Розвиток цього стану супроводжується вираженою реакцією імунної системи. Однак даних щодо особливостей реакції фагоцитуючих клітин, як основної неспецифічної ефекторної ланки імунітету, при СГЯ практично відсутні.

Тому метою роботи було дослідити фагоцитарну активність нейтрофілів у жінок на етапі контрольованої стимуляції яєчників з урахуванням ризику розвитку СГЯ. Дослідження проводилося на базі кафедри імунології та біохімії ЗНУ. Матеріалом дослідження були зразки венозної крові, які надали співробітники КУ «Обласний медичний центр репродукції людини» Запорізької обласної ради (головний лікар Авраменко Н. В.).

Ліофілізовані пекарські дріжджі (об'єкт фагоцитозу) розводили фізіологічним розчином у співвідношенні об'єм/об'єм 1:5 і видержували на киплячій водяній лазні 60 хвилин. Отриману концентровану суспензію дріжджів центрифугували при 1000 об./хв. протягом 10 хвилин. Для приготування робочого розчину на 10 мл фізіологічного розчину додавали 0,05 мл осаду дріжджів.

Для визначення фагоцитарної активності нейтрофілів до 40 мкл крові, стабілізованої гепарином, додавали 40 мкл робочого розчину дріжджів.

Обережним ротуванням перемішували компоненти і термостатували 40 хв. При 37°С. Після закінчення зазначеного часу зробили мазки з суспензії. Приготовлені мазки сушили на повітрі, потім фіксували 10 хв. в абсолютному етиловому спирті і фарбували за Паппенгеймом (комбіноване фарбування за Майн-Грюнвальдом (5 хв.), Романовським-Гімзою (30хв.). У мазках обраховували не менше 200 нейтрофілів. Для визначення

фагоцитарної активності нейтрофілів визначали два показника: фагоцитарний показник (ФП) та фагоцитарне число (ФЧ).

ФП= число нейтрофілів, що вступили у фагоцитоз /
загальне число підрахованих нейтрофілів

ФЧ= загальне число поглинутих нейтрофілами мікробних часток /
число нейтрофілів, що вступили у фагоцитоз

Отримані дані опрацьовували за допомогою програми Microsoft Excel.

Дані фагоцитарного показника у групах обстежених (без ризику розвитку СГЯ – 10 осіб, з ризиком розвитку СГЯ – 8 осіб) був у межах норми (відповідно до даних часу інкубації референтні межі показника складають 65-95%) та не відрізнявся між досліджуваними групами ($p \geq 0,05$). Так, у групі жінок без ризику розвитку СГЯ ФП склав 94,63±10,78%, з ризиком розвитку СГЯ – 94,33±11,02% відповідно.

Однак за рівнем ФЧ у групах були виявлені певні відмінності: у групі без ризику розвитку СГЯ показник ФЧ дорівнював 9,46± 0,65 од., з ризиком розвитку СГЯ – 7,95±0,84 од. (відповідно до даних часу інкубації референтні межі показника складають 5-10 од.).

Таким чином, у групі жінок з ризиком розвитку СГЯ по відношенню до групи без ризику СГЯ при подібному рівні фагоцитарного показника виявлено зниження рівня фагоцитарного числа нейтрофілів. Синдром гіперстимуляції яєчників у лабораторних показниках передбачає наявність високих показників рівня статевих гормонів, які можуть мати пригнічувальну дію на фагоцитарну активність нейтрофілів.

На сьогодні поки немає 100%-правдивого прогностичного фактору розвитку СГЯ. Цей синдром може розвиватися як при 3-4 фолікулах, так і не розвиватися при більше 20 фолікулах. У літературі описані поодинокі випадки виникнення важких форм СГЯ на тлі самостійної овуляції одного фолікула.

Інтерес до визначення фагоцитарної активності нейтрофілів на початкових етапах репродуктивного процесу не є чисто теоретичним і багато в чому пов'язаний з клінічними запитами.

Ефективність екстракорпорального запліднення (ЕКЗ) в даний час не перевищує 35%, і близько третини всіх вагітностей переривається на ранніх термінах. Тому дослідження фагоцитуючої здатності нейтрофілів представляє безперечний інтерес в плані обґрунтування нових підходів до прогнозу імплантації та успішного перебігу вагітності при ЕКЗ, а також може послужити основою для прогнозу розвитку СГЯ.

Камєнова Оксана
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: д.б.н., проф. Рильський О.Ф.

МОРФО-ФІЗІОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ МІКРООРГАНІЗМІВ, ВИДІЛЕНИХ З ВІДВАРІВ ЛІКАРСЬКИХ ТРАВ

Особливий інтерес для нас становить виявлення сінної палички у відварах, адже останнім часом учені приділяють велику увагу саме до *Bacillus subtilis* як до одного із перспективних мікроорганізмів для виробництва пробіотичних препаратів [1, 2]. Тому метою нашої роботи було дослідження морфо-фізіологічних властивостей мікрофлори досліджуваних трав, а саме виявлення бактерій *B. subtilis*, як другого чинника посилення лікувального впливу лікарських рослин.

Об’єктом нашого дослідження являлись відвари ромашки лікарської (Matricaria recutita), м’яти перцевої (*Mentha piperita*), меліси лікарської (*Melissa officinalis* L.) та кропиви дводомної (*Urtica dioica* L.), зібраних в м. Запоріжжя влітку 2014 року). Результати досліджень представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Морфологія бактерій, виділених з відварів

Характеристика		Номер колоній			Контроль (сіно)
		1	2	3	
Морфологія колоній	Форма	Ризоїдна	Округла	Округла	Ризоїдна
	Структура	Суха, дрібнозморшкувата	Однорідна маслянista	Дрібнозернista	Суха, дрібнозморшкувата
	Профіль	Врослий у субстрат	Краплеподібний	Плескатий	Врослий у субстрат
	Край	Хвилястий	Гладенький	Хвилястий	Хвилястий
	Кролір	Безбарвна	Блідо-жовті	Безбарвна	Безбарвна
	Блиск	Відсутній	Блискучий	Відсутній	Відсутній
Морфологія клітин	Форма	Палички із заокругленими кінцями	Палички із обрубленими кінцями	Палички із заокругленими кінцями	Палички із заокругленими кінцями
	Наявність спор	Овальні, розміщені центрально	Спори розміщені субтермінально	Спороносні	Овальні, розміщені центрально
	Клітинна стінка	Гр+	Гр+	Гр+	Гр+
	Розмір, мкм	0,7×2–5	0,5×4–8	0,3×2–3	0,7×2–5

Дослідження показали, що у всіх відварах після десятихвилинного кип'ятіння залишилися лише спороносні бактерії трьох видів. Перший вид утворював на твердому поживному середовищі (МПА) безбарвні, сухі, дрібнозморшкуваті колонії, позбавлені блиску, з врослим у субстрат профілем та хвилястим краєм. При мікроскопіюванні були відмічені грампозитивні палички розміром 0,7×2–5 мкм із заокругленими кінцями, що мають спори. Ендоспори еліпсовидні, розміщені центрально та не виходять за розміри спорангія.

Колонії під номером 2 – блідо-жовті, блискучі, мають округлу форму та однорідну маслянисту структуру з краплеподібним профілем та гладеньким краєм. Морфологія бактерій наступна: довгі грампозитивні палички (0,5×4–8 мкм) із обрубленими кінцями. Присутні спори, розміщені субтермінально.

Третій тип колоній – безбарвний, позбавлений блиску, округлої форми та дрібнозернистої структури з плескатим профілем та хвилястим краєм. В об'єктиві мікроскопа спостерігаються грампозитивні спороносні палички із заокругленими кінцями, розміром 0,3×2–3 мкм.

Зважаючи на те, що на контролі були присутні колонії бактерій лише одного виду, а саме *B. subtilis*, ідентичні наведеному вище опису, можна стверджувати, що бактеріями колоній першого виду являється сінна паличка.

Бактерії колоній під номером 2 та 3 були визначені як представники роду *Bacillus*.

Таким чином, в результаті проведених досліджень, виявивши присутність *B. subtilis*, ми прийшли до висновку, що при лікуванні відварами цих трав людина вживає спільно з комплексом БАР, спори та вегетативні клітини сінної палички, тобто завжди присутній другий лікувальний фактор – вплив пробіотичної культури *B. subtilis* на мікробіоценоз ШКТ, що відповідає за імунологічний статус організму.

Література
1. Вишневська Л. І. Технологічні дослідження лікарської рослинної сировини та її композицій у створенні нових препаратів / Л. І. Вишневська // Вісник фармації. – 2008. – № 4 (56). – С. 33–38.
2. Копыльцов С. В. Сенная палочка – Bacillus subtilis / С.В. Копыльцов // Биомир. Печатный орган первой биотехнологической компании «Биотехагро». – 2011. – № 2. – С. 6.

Капустін Сергій
магістр біологічного фак.-ту
Наук. кер.: д. м. н., проф. Фролов О. К.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УЛЬТРАФІОЛЕТОВОГО ВИПРОМІНЮВАННЯ, ЯК МЕТОДУ ДЕЗІНФЕКЦІЇ У БДЖІЛЬНИЦТВІ

Великої шкоди бджільництву завдають інфекційні та інвазійні хвороби бджіл. Для підтримки санітарного стану на пасіках проводять дезінфекцію. Використовують хімічні та фізичні методи. Однак хімічні речовини забруднюють як продукти бджільництва, так і негативно впливають на бджіл та людину. Застосування фізичних засобів і способів у боротьбі з патогенними організмами, таких як обпалення, кип'ятіння, просушування на сонці ускладнюється особливостями структури сім'ї бджіл, конструкції пасічного інвентарю.

Використання ультрафіолетового випромінювання у бджільництві є доступним засобом дезінфекції. У науковій літературі у журналах з бджільництва є посилання та позитивні відгуки бджолярів на цей напрям дезинфекції. Але залишається багато питань з приводу дії ультрафіолетового випромінювання на віруси, бактерії, грибки, кліщі, які викликають хвороби медоносної бджоли.

Метою дослідження було вивчити використання ультрафіолетового випромінювання, як методу дезінфекції на патогенні організми у бджільництві.

Матеріалом для дослідження були медоносні бджоли української степової породи, які утримувалися у вуликах українського типу (5 дослідних і 5 контрольних бджолиних сімей).

З травня по вересень 2015 року проводилася дезінфекція вуликів, щільників, пасічного інвентарю, посуду бактерицидним ультрафіолетовим випромінювачем, після чого аналізували наявність кліща Варроа Якобсоні.

У результаті, середній відсоток закліщованості у дослідній групи склав 0,208±0,02%, у контрольній - 0,504±0,01%, $p < 0,05$.

Отриманні результати свідчать про зниження інвазійності бджіл ектопаразитом, після опромінювання ультрафіолетом вуликів, пасічного інвентаря. Це зниження інвазійності кліщем, вірогідно, опосередковано зниженням збудників інших хвороб бджіл (бактеріальних, грибкових та інші), що у підсумку сприяло підвищенню імунітету у бджіл, та як наслідок - зниження інвазійності кліщем.

Таким чином, експериментально підтверджена ефективність використання ультрафіолетового випромінювання, як екологічно чистого методу дезінфекції у бджільництві при варроатозі бджіл.

У подальшому необхідно продовжити перспективні, на нашу думку, дослідження методу дезінфекції ультрафіолетовим випромінюванням у боротьбі з іншими патогенними організмами, що, в свою чергу, буде мати позитивний ефект на фізіологічні та імунологічні продуктивні показники організму медоносної бджоли.

Література
1. Практикум з питань бджільництва та хвороб бджіл / Домбровський О. Б., Ярчук Б. М., Тирсін Р. В. та ін. – Біла Церква, 2002 – 247 с.
2. Федорчук Р. С. Фактори формування імунітету медоносних бджіл / Федорчук Р. С., Ковальчук І. І., Гавраняк А. Р. // Біологія тварин. – 2009. – Т.11, № 1-2. – 368 с.

3. Нуждин А. С. Основы пчеловодства / А. С. Нуждин – Москва: Агропромиздат, 1988 – 239 с.
4. Современные средства и методы обеспечения ветеринарного благополучия по инфекционной и протозойной патологии животных, рыб и пчел / Гулюкин М. И., Субботин В. В., Соколова Н. Л. и др. – М.: Россельхозакадемия, 2011. – 353 с.
5. Гробов О.Ф. Болезни и вредители медоносных пчел / Гробов О. Ф., Смирнов А. М., Попов А. Т. // Справочник. - М.: Агропромиздат, 1987. – 335 с.
6. Соломка В. О. З досвіду використання бактерицидного ультрафіолетового опромінювача / Соломка В. О. // Український пасічник. - 2006. - №12. – 56с.

Кіріченко Дар'я
студентка 6 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц.. Новосад Н.В.

ЛЕЙКОГРАМА КРОВІ У ХВОРИХ ІЗ НЕГОСПІТАЛЬНОЮ ПНЕВМОНІЄЮ

Негоспітальна пневмонія (НП) – гостре захворювання, що виникає в позалікарняних умовах та супроводжується симптомами інфекції нижніх дихальних шляхів і рентгенологічними ознаками нових вогнищево-інфільтративних змін у легенях за відсутності очевидної діагностичної альтернативи. НП, уражаючи в переважній більшості осіб працездатного віку та характеризуючись високою смертністю й інвалідизацією хворих внаслідок розвитку ускладнень, формує одну із найбільш обтяжливих медико-соціальних проблем.

Метою роботи було вивчення динаміки лейкограми крові у хворих на негоспітальну пневмонію та негоспітальну пневмонію на фоні серцево-судинних захворювань та захворюванні печінки протягом лікування

Досліджувалась кров 52 хворих на негоспітальну пневмонію та 20 умовно здорових людей. Хворих було поділено на 3 групи: 1 – хворі на негоспітальну пневмонію, 2 – хворі на негоспітальну пневмонію на фоні серцево-судинних захворювань (ССЗ), 3 – хворі на негоспітальну пневмонію із захворюванням печінки.

Капілярну кров брали при надходженні хворих до лікарні, в процесі лікування та при виписці. В ній визначали: загальну кількість лейкоцитів та підраховували відносну кількість різних видів лейкоцитів

Як показали дослідження, кількість лейкоцитів у хворих на НП на фоні ССЗ і на фоні захворювань печінки підвищувалась однаково на початку захворювання і змінювалась однаково протягом лікування. В той час, як у хворих на НП цей показник був високо достовірно вищим порівняно із двома попередніми группами, як на початку захворювання, так і майже на всіх етапах лікування.

Що стосується лейкоформули хворих, то еозинофіли у всіх трьох групах знаходились на однаковому рівні і однаково поступово знижувались на всіх етапах лікування.

Кількість базофілів найвищою була в групі хворих на НП із ССЗ. При лікуванні їх кількість знижувалась у всіх групах.

У хворих на НП із ССЗ і на фоні захворювань печінки, кількість ПЯН на початку захворювання підвищувалась однаково і змінювалась однаково протягом лікування. Найвищим даний показник був у групі хворих на НП із хронічним захворюванням печінки. Кількість СЯН, навпаки, на початку захворювання була дещо знижена порівняно із контролем і однаково зростала протягом лікування. Найбільше зниження спостерігалося у хворих із хронічними захворюваннями.

Щодо моноцитів, то їх кількість на початку захворювання у групах хворих на НП і НП із ССЗ достовірно перевищувала показники контролю і групи хворих на НП із захворюваннями печінки. Проте далі спостерігалось однакове зниження їх кількості у всіх трьох груп хворих.

Кількість лімфоцитів достовірно найнижчою на початку захворювання була в групі хворих на НП. У групі хворих на НП із ССЗ їх кількість не змінилася порівняно із контролем, а в групі хворих на НП із основним захворюванням печінки достовірно зросла. Відповідно в першій групі кількість лімфоцитів поступово зростала при лікуванні, а в третій знижувалась, досягаючи показника контрольної групи. Проте всі зміни були у межах фізіологічної норми.

Таким чином, у хворих на НП із різними основними захворюваннями спостерігаються у різному ступені зміни показників лейкограми крові при негоспітальній пневмонії. Найбільші зміни відбуваються у показниках ПЯН та моноцитів, які на початку захворювання значно зростають, та СЯН, що знижуються. Більш інтенсивно змінюються показники лейкограми в групах хворих на НП із хронічними захворюваннями.

Кленіна Анастасія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер. к. х. н., доц. Луганська О.В.

РІЗНОМАНІТНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІОНСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ ТА ГАЛУЗІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ

В даний час інтенсивно розвивається новий напрямок в потенціометрії – методи аналізу з використанням мембранних іоноселективних електродів (ІСЕ). Особливо успішно використовується в аналітичних цілях пряма потенціометрія з ІСЕ, що зветься іонометрією[Шевчук, 2007].

Іонометрія визнається майже ідеальним методом аналізу для водних розчинів і проб, які або самі розчинні, або містять розчинні у водних розчинах компоненти. Перевагами іонометрії є порівняльна дешевизна апаратури, простота вимірювань в поєднанні з експресністю і хорошою відтворюваністю і правильністю аналізу. Здатність іоноселектівних електродів вимірювати не концентрацію, а активність зумовило широке їх використання для вивчення процесів комплексоутворення. Крім того, ця особливість важлива для біологічних розчинів, оскільки в життєдіяльності біологічних організмів особливе значення має зміна активності ряду іонів (натрію, калію, кальцію, водню, хлорид-іонів і ін.) Використовується іонометрія і для визначення різних біологічно активних і лікарських препаратів, а також ферментів і бактерій [Рисів, 1999].

Слід відзначити і широкі галузі використання іонометрії для контролю забруднень навколишнього середовища (повітря, води, ґрунту), гідрохімічні дослідження в різних типах вод, а також аналіз технологічних розчинів. Однак не слід переоцінювати можливості іонометрії. Для багатьох компонентів (особливо органічних) індикаторні електроди ще не створені. Крім того отримання правильних результатів аналізу вимагає знання повного складу аналізованого розчину, що важко для складних багатокомпонентних об'єктів [Луганська, 2011].

Різноманітність ІСЕ обумовлено великою кількістю досліджуваних іонів і специфікою аналізованих об'єктів. Наприклад, для визначення активності іонів калію в ґрунті, в глибині моря, в крові людини або в клітинній рідині потрібні різні конструкції калієвого ІСЕ. Для двох перших істотні міцність мембрани, здатність витримувати великі зовнішні тиски на великій глибині в море і захищати від підземних тварин, черв'яків і комах в ґрунті. Для цих цілей в мембрану вводять міцний каркас. Для визначення K^+ в крові необхідні електроди малих розмірів. У разі біохімічних вимірів в клітині потрібен мікроелектрод, за допомогою якого всередині клітини вимірюють активність іонів H^+, K^+, Na^+, Cl^-, Ca^{2+} та ін. Кінчик такого мікрокатетера має діаметр0,5 – 1 мікрометр, його корпус виконаний із загартованого скла, рідка мембрана знаходиться на кінчику – голці, у внутрішній водний розчин занурений внутрішній допоміжний електрод [Шевчук, 2007].

Найбільшого поширення в оцінці якості харчових продуктів отримали ІСЕ на нітрати, калій, кальцій, натрій, галогеніди та ін. Електроди застосовують для характеристики

термостійкості молока, оцінки фальсифікації та якості харчових продуктів, зокрема м'ясних, дитячого харчування, овочів, риби, соках та інших [Шевчук, 2007].

Література

1. Шевчук И. А. Ионоселективныеэлектроды в анализеприродных и промышленныхобъектов: учебноепособие / И.А. Шевчук, Т.Н. Симонова. –Донецк: Норд-компьютер, 2007. - 206 с.
2. Рысев А.П. Потенциометрическиеметодыанализа (ионометрия): учебно-методическоепособие / А.П. Рысев, И.Ю. Ловчиновский, Ю.А. Ефимова. – М.:МИТХТ им. М.В.Ломоносова, 1999. – 28 с.
3. Луганська О.В. Електрохімічні та аналітичні характеристики іонселективних електродів, оборотних до біологічно активних речовин: монографія / О.В. Луганська, Л.О. Омельянчик, Д.С. Коваленко – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2011. – 226 с.

Клименко Маргарита
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.фарм.н., доц.. Панасенко Т. В.

ПОТЕНЦІОМЕТРИЧНЕ ТИТРУВАННЯ РОЗЧИНІВ АСКОРБІНОВОЇ КИСЛОТИ

Метою роботи є ідентифікація аскорбінової кислоти та дослідження її вмісту в продуктах харчування.

Актуальність роботи полягає в тому, що наш організм не здатний самостійно синтезувати вітамін С і він надходить лише з продуктами харчування. Тому експресні, чутливі методи дослідження вмісту аскорбінової кислоти в овочах та фруктах є досить актуальними.

Аскорбінова кислота відіграє важливу роль у життєдіяльності живого організму. Завдяки наявності ендіольної групи (H-O-C=C-O-H) вона має відновні властивості, приймає участь у регулюванні окисно-відновних процесів організму, вуглеводневого обміну, згортання крові, регенерації тканин, та інше.

Вітамін С перетворює неактивну форму вітаміну Е в оксидантну, активну. Аскорбінова кислота захищає вітамін А від окиснення, покращує ефекти вітаміну B_{12} та компенсує нестачу пантотенової кислоти та інших вітамінів групи В. Вітамін С сприяє засвоєнню організмом заліза.

Аскорбінова кислота – окиснене похідне шестиатомного спирту сорбіту — характерна наявністю ендіольної групи, яка обумовлює здатність вітаміну С легко піддаватися окисненню з одночасним відновленням інших сполук. Для визначення аскорбінової кислоти використовують її здатність до окисно-відновних реакцій з реактивами: арґентум нітратом, розчином 2,6-дихлорфеноліндофенолом (який забарвлений у синій колір), з розчином калію перманганату відбувається знебарвлення розчину в наслідок відновлення іона MnO_4^- до Mn^{2+}

Проведено якісний аналіз вмісту аскорбінової кислоти а таких продуктах харчування як: апельсини, лимони, яблука, картопля, огірки з використанням реакцій з метиленовим синім та калій гексаціанофератом (Ш). Та було встановлено, що найбільша кількість вітаміну С міститься в апельсинах та лимонах, менша кількість – в яблуках, картоплі та огірках. Тому для кількісного визначення ми вибрали сік з апельсину.

Існують відомі методи кількісного визначення аскорбінової кислоти, які відносяться, в основному, до хімічних методів кількісного аналізу. Вони трудомісткі, залежать від суб'єктивного чинника, потребують значної кількості реагентів, мають невисоку чутливість.

З літературних джерел відомі методи потенціометричного визначення аскорбінової кислоти з використанням реактиву 2,6-дихлорфеноліндофенолу.

Нами запропонований як більш доступний метод потенціометричного титрування зі скляним електродом, з використанням реактиву 0,1 н натрій гідроксиду в якості титранту.

Клочко Вікторія
студентка 4 курсу біологічного фак-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Приступа І. В.

ВИКОРИСТАННЯ ГІБІСКУ СИРІЙСЬКОГО В ЗЕЛЕНОМУ БУДІВНИЦТВІ М. ЗАПОРІЖЖЯ

Гібіск сірійський (*Hibiscus syriacus* L.) – рослина родини Мальвові, роду гібіск, що виростає в Китаї, Кореї та країнах Західної Азії. Культивується у відкритому ґрунті на півдні Росії, на півдні України, в Молдові і Середньої Азії.

Гібіск сірійський вирощують і як штамбове деревце, і як чагарник заввишки до трьох метрів. Це красива рослина з прямостоячими гілками. Листки яйцевидні, трилопатеві, яскраво-зеленого кольору, в довжину мають до 10 см.

В ході наших спостережень гібіск сірійський в умовах м. Запоріжжя починає квітнути на початку червня, цьому сприяє більш ранній початок вегетації. Гібіск дуже широко зустрічається в м. Запоріжжя, він прикрашає парки, територію біля навчальних закладів, ділянки біля житлових будинків, багато сортів представлено у Запорізькому міському дитячому ботанічному саду. Квіти гібіску розрізняються формою, розміром, забарвленням. За нашими дослідженнями їх діаметр досить великий, коливається в межах 7- 10 см. Найчастіше зустрічаються квіти білого, бузкового, яскраво-рожевого, фіолетового забарвлення. Сорти гібіску представлені як звичайними,так і махровими формами. Квіти гібіску сірійського запилюються джмелями та метеликами. Кінець цвітіння гібіск припадає на початок жовтня.

Поодинокі квітки гібіску сірійського правильні, двостатеві, 5-пелюсткові, розташовуються уздовж пагонів на коротких квітконіжках і відрізняються за багатьма параметрами. Відмінною особливістю гібіску є те, що тривалість життя його квіток дуже коротка, але на місці попередньої швидко розкривається нова. Численні тичинкові нитки зрослись в трубку, яка закінчується головчатим рильцем маточки. Великий , «борошнистий » на дотик, білий або кремовий пилок утворюється у великій кількості.

Насіння ниркоподібне (3мм), з щільною оболонкою і характерним опушенням, темно-коричневе або сірувате. В одній коробочці його в середньому налічується 25 штук [1] .

В умовах південного сходу України гібіск сірійський легко перезапилюється, в результаті чого з'являється численне фертильне потомство, яке і дало безліч варіацій за різними ознаками.

Для гібіску сірійського характерний глибокий спокій у осінньо-зимовий період. Вегетація починається пізно, зазвичай наприкінці квітня-початку травня. Ця біологічна особливість дозволяє рослинам уникнути підмерзання під час зворотних ранньовесняних приморозків. А так як квіти закладаються на пагонах поточного року, то можна регулярно спостерігати повноцінне цвітіння. Період цвітіння досить тривалий (починається на початку червня, закінчується на початку жовтня). Одночасно йде зав’язування та дозрівання плодів.

У культурі гібіск використовується для солітерних і групових посадок, створення живоплотів і алей, для стрижених парканів, вони незамінні в клумбах або ж можуть стати самостійною одиночною прикрасою квіткової композиції. Росте гібіск сірійський досить повільно, цвіте і плодоносить з трьох-чотирирічного віку. Виростаючи, кущі стають більш зимостійкими і витримують короткочасні пониження температури до 22^0С морозу [2] .

Тим часом світовий асортимент гібіску сірійського налічує за різними даними понад 2 тис. найменувань. Він має багато форм, що відрізняються за кольором , формою і величиною квіток:

Білоцвітна – f. *alba* hort. – з простими білими квітками; сюди ж відноситься сорт під назвою «*Totus albus*»; рожева – f. *rosea* hort. – з простими рожевими квітками; сюди ж відноситься сорт «*grandijlorus superbus*» з дуже великими рожевими немахровими квітками; рожева махрова – f. *rosea plena* hort. – з рожевими махровими квітками; червона – f. *rubra* hort. – з червоними про-простими квітками; червона махрова – f. *rubra plena* hort. – з

червоними махровими квітками; блакитна махрова – f. *coerulea plena* hort. – з блакитно-синіми махровими квітками; пурпурна махрова – f. *purpurea plena* hort. – з пурпуровими махровими квітками; фіолетова – f. *violacea* hort. – з простими фіолетовими квітками; фіолетова махрова – f. *violacea plena* hort. – з махровими фіолетовими квітками; чудова – f. *spectosa* hort. – з махровими квітками рожевими з темно-рожевими штрихами і плямами; незвичайна – f. *monstrosa* hort. – з білими простими квітками з темно-пурпуровим центром; двоколірна – f. *bicolor* hort. – з білими напівмахровими квітками з пурпуровим центром; строката – f. *variegata* hort. – з пурпуровими махровими квітками і біло-строкатим листям.

Оригінальне забарвлення квіток має сорт «Нататво» – матово-синє з великою плямою біля основи кожної пелюстки.

Багато з перерахованих форм гібіску сірійського зростають у Південному Криму (Нікітський ботанічний сад), і ще більше їх є на Чорноморському узбережжі Кавказу, особливо в Сочі (Адлерському районі) [3].

Таким чином, в умовах м. Запоріжжя гібіскус сірійський представлений багатьма сортами, які мають різноманітну форму, розмір та забарвлення. Ця культура по праву може зайняти одну з провідних позицій в південних регіонах України .

Література

1. Тыщенко Е.,Тимкина Ю. Гибискус сирийский на Кубани.// Цветоводство.- 2009. № 6.-С.32 - 34.
2. Гібіскус в саду і вдома [Електронний ресурс] - Режим доступу. : http://stetsyuk.com.ua/gibiskus
3. Колесников А.И. Декоративная дендрология / А.И. Колесников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Лесная промышленность, 1974. – 704 с.

Коваленко Аліна
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Капелюш Н.В.

ВИДОВИЙ СКЛАД ІНДИВІДУАЛЬНОЇ КОНСОРЦІЇ ДУБА ЗВИЧАЙНОГО (QUERCUS ROBUR L.) НА ТЕРИТОРІЯХ З РІЗНИМ АНТРОПОГЕННИМ ВПЛИВОМ М. ЗАПОРІЖЖЯ

Консорція – осередок біологічного різноманіття, у центрі якої знаходиться особина будь-якого автотрофного чи гетеротрофного виду, цілісність якого забезпечується трофічними, топічними, фабричними та форичними зв’язками [1]. Порушення цих зв’язків або руйнування консорції внаслідок загибелі детермінанта, призводе до збіднення біологічного різноманіття.

Мета роботи – проаналізувати видовий склад індивідуальної консорції *Quercus robur* L. в парку «Дубовий гай» м. Запоріжжя та о. Хортиця.

Дослідження проводили на ділянках з різним рівнем антропогенного навантаження: 1 – в парку «Дубовий гай» м. Запоріжжя на відстані 15 м від автошляху; 2 – о. Хортиця м. Запоріжжя на відстані 100 м від автошляху.

Для виявлення хребетних тварин, рослин-епіфітів використовували візуальний метод [2]. На початку дослідження в центрі уваги були шкідники безпосередньо пов’язані з рослинами-едифікаторами [3].

Для виявлення грунтових безхребетних використовували найбільш універсальний спосіб обліку – викопування ґрунтових проб з ручним розбором вибраного ґрунту. Для виявлення безхребетних тварин крім візуального методу використовували метод косіння ентомологічним сачком.

Листогризучих та галоутворюючих комах визначали за характером порушень листка, тип шкідника, яким була уражена деревина – за характером вивідних щілин на поверхні кори [3].

Види тварин, що легко визначалися реєструвалися без вилову. Для обліку виявлених видів використовували відносний облік чисельності видів. Розраховували видове різноманіття за індексами Маргалефа та Менхініка [2].

Видовий склад консорції дуба звичайного (*Quercus robur* L.), що зростає в «Дубовому гаю» м. Запоріжжя досить різноманітний (виявлено 21 вид), але на о. Хортиця видовий склад більш різноманітний (виявлено 26 видів).

В «Дубовому гаю» м. Запоріжжя переважають в основному фітофаги, що відносяться до складу біотрофних консортів. Найпоширенішими зв'язками між організмами виявилися трофічні та топічні зв'язки.

На о. Хортиця фітофаги та зоофаги представлені майже в однаковій кількості. Найпоширенішими зв'язками між організмами як і в «Дубовому гаю» виявилися трофічні та топічні зв'язки.

На ділянці 1 в значній кількості виявлена борошниста роса, на ділянці 2 вона відсутня. Це захворювання викликається грибком-паразитом. Молоді листки і пагони вкриваються сріблястим нальотом. Без належної обробки захворювання поширюється по всій рослині. Листки скручується, зав'язі в'януть, а плоди обпадають.

На ділянці 1 в індивідуальній консорції знайдено 3 вида горіхотворок (*Neuroterus quercus-baccarum* L., *Diplolepis divisa* Hart., *Diplolepis quercus-folii* L.), але шкідливість їх несуттєва – утворені гали різної форми і розміру не викликають передчасного в'янення або обпадання листків. На ділянці 2 виявлено 2 види горіхотворок (*Diplolepis quercus-folli* L., *Diplolepis divisa* Hart.).

Шкідливими для дуба є дубова зелена листовійка разом із свинцево-смугастою листовійкою, що виявлена на обох ділянках.

Нами виявлено 3 види молей – дубова широкомінуюча міль, міль дубова одноколірна мінуюча, міль строкатка кишенькова дубова. Міль строкатка кишенькова дубова суттєво не впливала на розвиток листків; міни двох інших видів молі – нерідко вкривали майже всю поверхню листків, викликаючи їх передчасне в'янення і засихання.

Жолудевий довгоносик – наносить значних збитків насінництву дубів; приблизно 50 % (на ділянці 1) та 30 % (на ділянці 2). Жолуді пошкоджує і інший вид – жолудева плодожерка. Кількість пошкоджених нею жолудів коливалась в межах 30 % від загальної кількості.

На о. Хортиця на дубі в скручених листках у значній кількості виявлено божу корівку та клопа-солдатика. Божа корівка – добре знайомий хижак, який харчується попилицею і рослиноплідними кліщами. Клоп-солдатик корисний в консорції дуба, так як може живитися дрібними комахами.

Дощові черв'яки представлені на обох ділянках, пронизуючи ходами грунт вони покращують його аерацію та сприяють створенню міцної грудкуватої структури.

За нашими розрахунками для індивідуальної консорції дуба звичайного в парку «Дубовий гай» індекс Маргалефа дорівнює 2, а індекс Менхініка – 0,2. Для індивідуальної консорції на о. Хортиця індекси дорівнюють 2,9 та 0,42 відповідно.

Згідно розрахунків індексів консорція на о. Хортиця більш різноманітна та має складнішу структуру, що можна пояснити меншим антропогенним навантаженням.

На майбутнє перспективним є продовження дослідження в цьому напрямі, систематичні спостереження за цими консорціями та поглиблення вивчення функціонування екосистем у природних і змінених людиною умовах.

Література

1. Царик Й.В. Топічні та фабричні зв'язки в консорції, їх значення у збереженні біотичного різноманіття / Й.В. Царик, І.Й. Царик // Біол. студії. – 2008. – Т. 2, № 1. – С. 71–76.

2. Дунаев Е.А. Методы эколого-энтомологических исследований / Е.А. Дунаев. – М. : МосгорСЮН, 1997. – 44 с.

3. Дылис Н.В. Программа и методика биогеоценологических исследований / Н.В. Дылис. – М.: Наука, 1974. – 403 с.

Кузьміна Анастасія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.пед.н., доц. Перетятько В.В.

ГРУПОВА РОБОТА НА УРОКАХ ХІМІЇ

В основі групової діяльності школярів знаходяться ідеї Й. Песталоці та Дж. Дьюі. Робота в групах дозволяє набути навичок спілкування та співпраці. Навчання в групі – це діяльність, яка дозволяє учням обмінюватися досвідом та враженнями чи вирішувати проблему.

Стосунки між учнями, між різними угрупуваннями, які обов'язково виникають у колективі, здатні значно впливати на загальний психологічний клімат у класі, працездатність школярів на уроках, їх поведінку, сприйняття учителя та процесу навчання. Врахування вчителем хімії цього аспекту на уроках сприятиме підвищенню ефективності навчально-пізнавальної діяльності школярів.

Групова форма передбачає об'єднання учнів класу в групи з 4-6 осіб для виконання однакових чи різних завдань учителя. Така робота має чітку регламентацію в часі. При формуванні груп учителю необхідно врахувати тип уроку, характер завдань, рівень підготовки учнів, їхні індивідуальні особливості тощо. Зазвичай використовуються чотири способи формування груп: різнорівневі групи, випадкові, за інтересами і одного рівня.

Хімія як навчальна дисципліна важка для розуміння деяких учнів основної загальноосвітньої школи. Вона характеризується певними особливостями, а саме: високим рівнем логіки, точністю, абстрактністю, складністю конструкцій, зниженими можливостями створення довільної уваги в учнів, підвищеним впливом на формування інтелектуальних і розумових можливостей. Тож, учителі хімії намагаються організувати діяльність учнів на уроці таким чином, щоб кожен із них відчував колективну відповідальність та індивідуальну допомогу, як з боку вчителя, так і з боку однокласників. Групова форма організації навчальної діяльності надає можливості для цього.

Групова робота, як не яка інша, сприяє формуванню соціальних компетентностей, які характеризують уміння людини повноцінно жити в суспільстві: брати на себе відповідальність, приймати рішення, робити вибір, безконфліктно виходити з життєвих ситуацій.

Групову роботу успішно застосовується на всіх етапах уроку фрагментарно та повноцінно. Наприклад, у вигляді методичних прийомів інтерактивних технологій кооперативного чи колективно-групового навчання, як-то: «Акваріум», «Карусель», «Ажурна пилка», «Мозковий штурм» тощо.

У учнів, які працюють у групах, формуються вміння: проблематизації, цілепокладання, планування, пошукові вміння, комунікативні вміння, організаторські здібності. Групова робота на уроках стимулює внутрішню пізнавальну мотивацію і сприяє підвищенню інтересу до хімії.

Куліченко Олена
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.х.н., доц.Луганська О.В.

РІЗНОВИДИ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ІОНОСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ З РІДКИМИ ПЛАСТИФІКОВАНИМИ МЕМБРАНАМИ

Іоноселективні електроди (мембранні електроди) — електрохімічні напівелементи електрохімічного ланцюга, потенціали яких залежать від активності у розчині іона, до якого селективний цей електрод.

Актуальність даної теми полягає в тому, що потенціометричний метод аналізу із застосуванням іонселективнихелектродів широко використовується в сучасному світі. Перевагами даного методу є експресність, простота виконання, висока чутливість до аналізованої речовини, невелика вартість необхідного для аналізу обладнання, а також можливість проведення аналізу за фізіологічно активною частиною молекули [1, с. 115].

Рідка мембрана представляє сбобою шар розчинника, який не повинен розчинятися в досліджуваному розчині. Стійкість мембрани підвищується, якщо до того ж органічна рідина володіє високою в'язкістю. Низька діелектрична проникність рідкого органічної речовини сприяє асоціації іонів в фазі мембрани. Висока селективність до обумовленому іону вимагає великої стабільності іонного комплексу, яку впливає розчинник. Для створення електродів з рідкими мембранами використовують багато органічних речовин, або чисті, або у відповідному розчиннику. Загальна властивість усіх цих сполук— здатність селективно зв'язувати деякі невеликого розміру іони, утворюючи нейтральні іоногенні групи з іонами протилежного знака заряду (в рідкому іонообміннику) або заряджені комплекси з нейтральними групами органічної природи. Рідкі мембрани поділяють дві водні фази. На кордоні між мембраною і розчином відбувається швидкий обмін між вільними іонами в розчині і іонами, пов'язаними органічними групами у фазі мембрани. Селективність електроду залежить від вибірковості цього іонного процесу [2, с. 240].

У електродах з рідкими мембранамиіон здатний існувати в фазі мембрани, в ній він буде рухатися по закону дифузії. Селективність рідких мембран визначається обмеженням впровадження сторонніх іонів в поверхню мембрани. Так як рідка фаза знаходиться в контакті з водними розчинами, вона повинна бути нерозчинною у воді і мати низький тиск парів, щоб уникнути інтенсивного її випаровування. Цим вимогам можуть відповідати рідкі органічні речовини які мають порівняно велику молекулярну вагу і низьку діелектричну проникність.

До електродів з рідкими мембранами відносяться: електроди на основі рідких катіонітів; на основі рідких аніонітів.

Електродноактивними речовинами, що визначають катіонну функцію мембранних рідинних електродів, є органічні високомолекулярні кислоти та їх солі з карбоксильної, сульфо-, фосфорно- і тіофосфорнокислими групами.

Якщо використовувати активні групи з позитивним зарядом, то можна отримати селективні електроди з аніоною функцією. На відміну від катіонселективних електродів, майже всі аніоноселективні електроди отримані на основі солей амінів і четвертинних амонієвих основ, є типовими рідкими аніонообмінниками[3, с. 127-129].

Отже,іоноселективні електроди застосовують не тільки в хімічній промисловості, але і в медицині. Володіючи низкою переваг, електроди не позбавлені недоліків. Деякі з них не можуть бути використані в присутності певного виду іонів (наприклад, пластифіковані іоноселективні електроди).Але останні мають ряд наступних безперечних переваг:

а) вони не роблять впливу на досліджуваний розчин;

б) портативні;

в) придатні як для прямих визначень , так і в якості індикаторів у титриметрі;

г) недорогі.

Література

1.Досон Р. Мембрани/ Р. Досон // Інформаційно—аналітичний журнал. – 2008. – №4. – с. 115.
2. Хаханіна Т. І. Аналітична хімія. Навчальний посібник/ Тетьяна Іванівна Хаханіна – М.: Вища освіта, 2009. – с. 240.
3. Girault H.H., Schiffrin D.J. Thermodynamicsof a polarisedinterfacebetweentwoimmiscibleelectrolytesolutions J. Electroanal. Chem. – 2011. – V. 170. – N 1/2. – P. 127-129.

Курган Ілона
студентка 3 курсу біологічного фак.- ту
Наук. кер. :к. х. н., доц. Луганська О.В.

ІОНСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ З ПОЛІМЕРНИМИ ПЛАСТИФІКОВАНИМИ МЕБРАНАМИ

До другої половини XX-го століття були відомі тільки електроди з мембранами з силікатних стекол, які дозволяли проводити вимірювання pH та активності іонів лужних металів. Пізніше з'явилися електроди з мембранами на основі інших матеріалів: осадів малорозчинних солей, імпрегнованих в полімер, моно- і полікристалів, халькогенідних

стекол. Ці іоноселективні електроди дозволяли визначати цілий ряд катіонів та аніонів. Один з найважливіших видів іоноселективні електороди з'явився наприкінці 1960-х років: це електроди з рідкими мембранами, які незабаром були модифіковані в полімерні пластифіковані плівки - solvent polymeric membrane electrodes. Такі мембрани являють собою плівки з полівінілхлориду бо з інших полімерів [Базель,2002].

Синетезувати мембрану для плівкового іоноселективного електорода набагато легше; до того ж, на виготовлення витрачається лише незначний обсяг іонообмінного розчину. Коли мембрана перестає функціонувати, її можно легко замінити. Мембрани таких електродів — тонкі пластифіковані полімерні плівки, які містять як матрицю гідрофобний полімер (наприклад, полівінілхлорид), пластифікатор та електродоактивну речовину, таку ж, як і рідинна мембрана. Електроаналітична характеристика іоноселективних електродів з плівковими мембранами значно перевищують характеристики електродів з рідинними мембранами. На основі плівкових мембран розроблені і випускаються промисловістю ІСЕ, обернені до найбільш важливих іонів: галогенідів, лужних та лужноземельних металів, нітрат-іонів тощо. Розроблено декілька десятків плівкових ІСЕ оборотних до папаверину, новокаїну, лідокаїну, трамадолу, декаметоксину, вітамінів групи В.

Розчинники, які використовуються при виготовленні плівкових мембран, повинні:
- не розчинятися у воді і мати низький тиск пари і високу в'язкість;
- забезпечувати здатність визначуваного іона міцно утримуватися в мембрані;
- мати низьку діелектричну проникність і бути світлостійким [Болотов,2001].

Сучасні конструкції подібних електродів виконують на основі пластифікованих мембран. Для їх виготовлення електродно-активну речовину змішують у визначених пропорціях з органічним розчинником і пластифікатором. З отриманої плівки вирізують диск потрібного діаметру і приклеюють до тефлонового корпусу [Досон,2008].

Отже, іоноселективні електороди з полімерними пластифікованими мембранами більш зручні у використанні та працюють довше, ніж електроди з рідкими мембранами.

Література

1. Базель Я. Р. Електродноактівние речовини на основі іонних асоціатів з катіонними барвниками в іонометрії / Я. Р. Базель // Журнал аналітичної хімії. – 2002. – №12. – С. 1252 – 1256.
2. Болотов В. В. Аналітична хімія / Валерій Вікторович Болотов. – Х.: НФАУ Золоті сторінки, 2001. – 114 с.
3. Досон Р. Мембрани / Р. Досон // Інформаційно-аналітичний журнал. – 2008. – №4. – С. 115.

Курило Анастасія
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Цапік Т.Ф.,
аспірант Інституту олійних культур НААН
Наук. керівник : доц., к.с.-г. н. Дударєва Г. Ф.

РОЛЬ АГРОТЕХНІЧНИХ ПРИЙОМІВ В РЕГУЛЮВАННІ ЧИСЕЛЬНОСТІ ВНУТРІШНЬОСТЕБЛОВИХ ШКІДНИКІВ НА ПОСІВАХ ЗЕРНОВИХ КОЛОСОВИХ КУЛЬТУР

В останні роки фітосанітарний стан посіві зернових колосових культур, зокрема на озимій пшениці і ячмені, значно погіршився. Загальне зниження рівня агротехніки, порушення сівозмін, послаблення захисних заходів, зміни клімату та інші чинники сприяють збільшення та поширенню багатьох видів шкідників у кількостях, що викликають господарсько – відчутні втрати врожаю. Для пшениці та ячменю особливу небезпеку становлять ті, що живляться всередині стебел, зокрема злакові мухи та звичайний хлібний пильщик. У попередженні масового розмноження внутрішньостеблових шкідників значна роль відводиться стійким сортам та агротехнічним заходам. Безумовно, серед цих заходів важливим є добір кращих попередників і дотримання оптимальних строків сівби.

Використання таких ефективних прийомів підвищення продуктивності посівів досить часто відіграє провідну роль у захисті рослин від шкідливих організмів.

Метою роботи є вивчення особливостей розвитку внутрішньостеблових шкідників зернових культур, визначення ролі основних агротехнічних прийомів, підбор сорту щодо обмеження їх шкодочинності в умовах степової зони України

Для досягнення поставленої мети вирішувались такі завдання: вивчити видовий склад і структуру ентомокомплексу внутрішньостеблових шкідників; оцінити вплив агротехнічних заходів (сівозміни, норм висіву, строку сівби) на динаміку чисельності внутрішньостеблових шкідників; визначити роль сорту в обмеженні шкодочинності внутрішньостеблових шкідників.

Польові дослідження проводили в фермерському господарстві «Юрченко» Бердянського району Запорізької області. Виявлення та обліки фітофагів на посівах проводили згідно з загально прийнятими методиками ентомологічних спостережень.

За результатами досліджень встановлено, що домінуючими видами ряду двокрилі (Diptera) є гессенська муха (Mayetiola destructor) – 35% та шведські мухи – вівсяна (Oscinella frit) і ячмінна (Oscinella pusilla) – 18%, менш поширеною є мероміза хлібна (Meromyza nigriventris) – 4% та опоміза злакова (Opomyza florym) – 5%. Другою за поширеністю групою внутрішньостеблових шкідників є представники ряду перетинчастокрилі (Hymenoptera). Домінуючими є представники родини стеблових трачів (Cephidae) – 28%. Група фітофагів ряду лускокрилих (Lepidoptera) характеризується середнім рівнем поширеності. До ряду відносяться дві родини: злакові стеблові молі (Ochsenhelmeriidae) – 8%, совки (Noctuidae) – 2% [40,41]. Основні причини їх масового розвитку є стернові попередники та ранні строки сівби.

Строки сівби значною мірою впливають на заселеність посівів внутрішньостебловими шкідниками, в першу чергу злаковими мухами. Маніпулювання строками сівби знижують рівень чисельності злаковими мухами і заселеності ними рослин зернових культур. Механізм впливу цього елементу технологічного вирощування культури на динаміку чисельності і шкодочинності популяції фітофагів проявляється у диференційованому біологічному мінімумі температур, необхідних для початку розвитку комах та їх кормової культури.

За результатами досліджень по заселеності посівів восени внутрішньостебловими шкідниками встановлено, що в цей період злакові мухи віддають перевагу посівам ранніх строків сівби. Злакові мухи заселяють посіви раннього строку сівби в 1,8 рази інтенсивніше порівняно з оптимальними.

У весняний період впливу строків сівби на щільність популяції цих шкідників не виявлено. До моменту масової появи злакових мух рослини виходять із критичної фази зараження. При цьому в фазу виходу рослин у трубку пошкоджуються в основному малопродуктивні стебла, що істотно не впливають на урожай зерна. В результаті проведених досліджень виявлено чітку диференціацію за заселеністю злаковими мухами посівів залежно від строків сівби. За ранніх строках посіву пошкодженість личинками злакових мух у 2.4 рази вища за оптимальних строків.

Розміщення пшениці у сівозмінах після стерньових попередників призводить до підвищення пошкодженості рослин цієї культури злаковими мухами на 1,4 – 9,9% та звичайним хлібним пильщиком на 1,1 – 3%. Озимий ячмінь ушкоджується хлібним пильщиком сильніше в 3,9 рази після соняшника, ніж після чорного пару та в 7 разів після колосового попередника. Ярий ячмінь ушкоджується хлібним пильщиком сильніше в 4,2 рази після соняшника, ніж після чорного пару та в 8,5 разів після колосового попередника.

Одним із заходів регулювання чисельності внутрішньостеблових шкідників є науково обґрунтовані норми висіву зернових колосових культур. Залежно від норм висіву насіння в посівах створюється особливий мікроклімат, регулюється площа живлення, освітлення, формуються умови для росту і розвитку рослин та шкідників. Підвищення норм висіву насіння пшениці до 6,0 - 7,0 млн схожих зерен на 1 га призводить до вищої загущеності посівів цієї культури і, відповідно, забезпечувало зниження пошкодженості рослин внутрішньостебловими шкідниками у 1,5 - 2,9 рази.

Встановлено, що серед досліджуємих сортів найбільш стійкими проти заселення злаковими мухами та звичайним хлібним пильщиком виявилися сорти Золотоколоса та Одеська 267 в порівнянні з сортом Кольчуга.

Отже, застосування та дотримання науково обґрунтованих агротехнічних прийомів вирощування, а також підбір відповідних високопродуктивних сортів пшениці є досить ефективним і водночас екологічно безпечним методом контролю чисельності внутрішньостеблових шкідників.

Куценко Денис
студент 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Бережна А.М.

ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОЛЕННЯ ҐРУНТІВ НА ВИРОЩУВАННЯ ОДНОРІЧНИХ РОСЛИН З РОДУ ASTER

Айстра (Aster) належить до рослин сімейства Айстрові. Свою назву вона отримала від грецького слова «aster» - «зірка» за зіркоподібну форму суцвіття. Айстри - рослини кореневищні з простими листками, суцвіття - кошики, зібрані в волоті або щитки, крайові квітки у них - язичкові всіляких відтінків, а центральні - трубчасті, дрібні, майже завжди жовтого кольору. З однорічних айстр в квітникарстві широко використовують айстру китайську (Callistephus chinensis). У садах і парках культивують багато видів айстр. Вони представляють великий інтерес для професіоналів-озеленювачів і любителів-садівників своєю різноманітністю за величиною і забарвленням квітів, висоті і формі куща, за термінами цвітіння [1].

Айстри світлолюбні - їх слід висаджувати на відкритих, освітлених сонцем ділянках. Айстри краще ростуть на ґрунтах суглинистих, середньоважких, бажано нейтральної реакції, з наявністю поживних речовин і мінеральних елементів. Перед перекопування ділянки для айстр в грунт додають 200 г вапна, гідратного або доломітового борошна, 3 столові ложки суперфосфату. Багаторічні айстри, як і однорічні, невибагливі, але краще ростуть при помірній вологості на піщаному або суглинистому ґрунті, удобреному перепрілим гноєм [2]. Краща суміш для посіву айстр: дернова земля, пісок, торф в співвідношенні 3:1:1 з додаванням вапна до повної нейтралізації кислотності. Айстри можуть рости на різних ґрунтах Айстра солончакова, наприклад, зростає по солончакам і по степових схилах, чагарниках, світлих лісах [3].

Нами розпочата робота з вивчення впливу засолення ґрунтів на вирощування різних однорічних видів роду Айстра, з метою виявлення генотипів найбільш стійких до вирощування за вищезгаданих умов.

Література

1. Жизнь растений: в 6-ти т. / [под ред. А.Л.Тахтаджана, гл. Ред. чл.-кор. АН СССР, проф. А.А.Федоров]. —М.: Просвещение, 1974.-Т.5.2.—С. 470.
2. Петренко Н. А. «Однолетние астры» — Ленинград: Лениздат, 1973 - с.135.
3. Алексеєва Н.М. Айстри / Н.М.Алексеєва // Квіти України. — 2001— № 4. — С. 85-86.

Лимарь Євгенія
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер. к.х.н., доц. Луганська О. В.

МЕМБРАНИ РІДИННИХ ІОНОСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ ТА ПРИНЦИП ЇХ РОБОТИ

Іоноселективні електроди (ІСЕ) – це сенсори (чутливі елементи, датчики), потенціали яких лінійно залежать від логарифма активності визначуваного іона в розчині, а розділ потенціометрії, де індикаторним електродом виступає ІСЕ, називається іонометрією. [1].

Мембрана – основний компонент будь-якого ІСЕ. Вона розділяє внутрішній розчин з постійною концентрацією визначуваного іона та досліджуваний розчин. Одночасно

мембрана слугує засобом електролітичного контакту між ними. Мембрана володіє іонообмінними властивостями, при чому проникність її до іонів різного типу відрізняється.

Мембрани іоноселективних електродів можуть бути твердими і рідкими. Твердими мембранами є скляні, кристалічні та гетерогенні. До рідких відносяться органічні розчинники, які не змішуються з водою, з низькою діелектричною проникністю (хлорбензен, толуен тощо), в яких розчинені відповідні іоногени — діестери ортофосфосфатної кислоти, аліфатичні кислоти, аміни та інші. Розчиненими речовинами можуть бути також органічні сполуки з відносно великими молекулами (наприклад, краун-естери), які зв'язують іони і переносять їх із водного середовища в органічне [2].

У процесі використання іоноселективних електродів найкращих результатів досягають при конструюванні ІСЕ двох видів: твердих електродів з фіксованими у фазі твердої чи скловидної матриці іонообмінними центрами та електродів на основі рідких мембран.[3]

Мембрана ІСЕ являє собою кристалічну або некристалічну гомогенну або гетерогенну фазу, що володіє високою іонною провідністю. До некристалічних мембран відносять скляні, рідинні та пластифіковані мембрани. Основною вимогою до мембрани є здатність обмінюватись іонами лише певного виду. Щоб ІСЕ був селективний до одного виду іонів, мембрана повинна містити речовину, що володіє здатністю обернено зв’язувати визначуваний іон і в той же час має мінімальну розчинність в водних розчинах. Речовини, що володіють такими властивостями, називають електродно-активними сполуками(ЕАС). Конструкція ІСЕ з рідкою мембраною представлена на рис. 1.

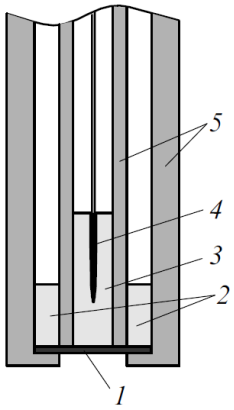


Рисунок 1 – Конструкція іоноселективного електрода з рідкою мембраною.

1 – пориста пластинка, просочена розчином ЕАС, 2 – розчин ЕАС в органічному розчиннику, 3 – внутрішній стандартний розчин, 4 – внутрішній електрод порівняння (Ag/AgCl), 5 – корпус.

За механізмом взаємодії ЕАС з визначуваним іоном їх поділяють на заряджені переносники, або іонообмінники (перенесення іона здійснюється активним іонообмінним центром за рахунок електростатичних взаємодій); нейтральні переносники, або іонофори (перенесення іона здійснюється за механізмом виборчого комплексоутворення), і хелато-утворюючі переносники (перенесення іона здійснюється як за рахунок електростатичної взаємодії, так і за рахунок комплексоутворення). Крім ЕАС, до складу мембран часто вводять додаткові компоненти, що поліпшують функціональні властивості ІСЕ. Це можуть бути добавки, що впливають на електрофізичні характеристики мембран, або речовини, що володіють здатністю до додаткової специфічної або неспецифічної взаємодії з компонентами мембрани і розчину [4].

В якості активного компонента (АК) рідкої мембрани можуть бути використані хелати — циклічні сполуки іонів металів з органічними полідентатними лігандами. У цьому випадку визначуваний іон пов'язаний з АК мембрани не тільки електростатично, але і координаційними зв'язками, що може істотно підвищити селективність визначення. Так, для

створення катіон-селективних рідких мембран, оборотних до іонів Cu^{2+}, Hg^{2+}, Pb^{2+}, використовуються їх хелати з дитизоном, а також гідроксамовими кислотами.

В останнє десятиріччя найбільш інтенсивно розвивається область іонометрії, пов'язана з використанням нейтральних переносників, як природних, так і синтетичних. Електронейтральні природні ліпофільні сполуки, що утворюють комплекси з катіонами, ведуть себе як іонофори, тобто здатні вибірково переносити іони через гідрофобну мембрану з одного водного розчину в інший. Такі нейтральні переносники – основні компоненти природних, біологічних транспортних систем. Висока селективність комплексоутворення з іонами лужних металів підказала можливість використання цих сполук у мембранах ІСЕ [5-7].

Література

1. Шевчук И.А. Ионоселективные электроды в анализе природных и промышленных объектов: учебное пособие. – Донецк: «Норд-компьютер», 2007. – 206 с.
2. Лебідь В.І. Фізична хімія. – Харків : Гімназія, 2008. – с. 285-290
3. Луганська О.В. Електрохімічні та аналітичні характеристики іоноселективних електродів, оборотних до біологічно активних речовин : монографія / Луганська О.В., Омельянчик Л.О., Коваленко Д.С. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2011. – 226 с.
4. Харитонов С.В. Ионоселективные электроды для определения лекарственных веществ / С.В. Харитонов // Успехи химии. – 2007. - №76(4) – с. 398 – 432.
5. Шведене Н.В. Ионоселективные электроды/ Н.В. Шведене // Соровский образовательный журнал. – 1999. – №5 – с. 60-65.
6. Carey C. Plasticizer Effects in the PVC Membrane of the Dibasic Phosphate Selective Electrode. – Chemosensors. – №3 2015 – P. 284-294.
7. Bakker, E. Electroanalysis with Membrane Electrodes and Liquid-Liquid Interfaces. – AMER CHEMICAL SOC, USA. – 14 №1 2016 – P. 395-413.

Лисак Олександра
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Бойка О.А.

ПРОЯВ ДЕКОРАТИВНИХ ОЗНАК РОСЛИН РОДУ НАСТУРЦІЯ

Настурція (*Tropaeolum*), або Красоля велика (капуция) потрапила в Україну з Південної Америки, швидко завоювала вдячність, і тепер її великі й гарні квіти можна часто бачити в палісадниках, садах, скверах і парках [1].

Декоративність рослин визначається їх габітусом: загальний розмір рослин, форма та розмір листкової пластинки, форма, розмір та забарвлення віночку квіток [2].

Нами було досліджено прояв декоративних ознак рослин роду настурція двох сортів в умовах Запорізької області (смт. Степногірськ). Для досліджено було обрано два контрастні за загальними розмірами рослин сорти: в'юнкий сорт «Кучерява суміш» та низькорослий сорт «Аляска». Обидва сорти мають квітки різноманітного кольору: помаранчеві, червоні та жовті. Листки сорту «Кучерява суміш» мають звичайне зелене забарвлення, а сорт «Аляска» вирізняється строкатими світло-зеленими листками. Головною відмінністю між сортами є довжина рослин. Рослини в'юнкого сорту «Кучерява суміш» за описом сорту сягають довжини 120-250 см. Сорт «Аляска» повинен сягати лише 30-50 см, бо він є низькорослим.

Для оцінки прояву декоративних ознак сортів в умовах Запорізької області у смт. Степногірськ на протязі вегетаційного періоду 2015 року було висаджено обидва сорти та проведено спостереження за рослинами.

В результаті проведених досліджень було встановлено, що обидва сорти за умов вирощування у Запорізькій області досягли максимального прояву ознаки «загальна довжина рослин»: сорт «Кучерява суміш» - 220-235 см; сорт «Аляска» - 35-45 см. Розвиток рослин відбувався вчасно, квітнення було тривалим, з добре розвиненими квітками. Насіння також формувалося.

Таким чином, можна зробити висновок про відповідність умов Запорізької області вимогам декоративних сортів роду настурція, а тому вони можуть бути рекомендовані для використання в озелененні міських територій.

Література

1. Определитель высших растений Украины / Д.Н. Доброчаева, М.И. Котов, Ю.Н. Прокудин и др. – Киев: Наукова думка, 1987. – 548 с.
2. Карпиносова Р.А. Садовые цветы от А до Я. /А.Р. Карпиносова, Т.С. Русинова, Л.П. Вавилова – М.:АСТ «Астрель», 200

Лідовський Іван
магістр біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Костюченко Н.І.

ЕКОЛОГІЧНИЙ СТАН ПОСТТЕХНОГЕННИХ І ТЕХНОГЕННИХ ЛАНДШАФТІВ БАСЕЙНУ РІЧКИ МОКРА МОСКОВКА

Техногенні ґрунти кар'єрів являють собою одну з найпоширених і найбільш екологічно небезпечних категорій антропогенних ґрунтів Кар'єрний спосіб розробки родовищ корисних копалин призводить до масштабних негативних впливів на природні біогеоценози, які формувалися тисячоліттями. Докорінно змінюється рельєф, у літосфері утворюються депресійні воронки, порушується гідрологічний режим території, змінюється біохімічний кругообіг речовин [1, с. 13]. Техногенні ландшафти в районах розробок дуже нестійкі до впливу екзогенних факторів і негативно впливають на навколишні території (зміна гідрології, місцевого клімату, геохімічних потоків, еолове та ерозійне забруднення) [2, с. 48].

Мікробіологічна складова ґрунту є значущим фактором у процесах трансформації багатьох елементів, зокрема біогенних. Для розуміння процесів, що відбуваються в ґрунті, та сприяння відновленню родючості техногенних ґрунтів необхідно враховувати особливості перебігу мікробіологічних процесів у ґрунті та склад мікробних угруповань, які беруть участь у цих процесах [3, с. 119].

Метою даної роботи було дослідити екологічний стан ґрунтового покриву посттехногенних і техногенних ландшафтів басейну р. Мокра Московка, яка є однією з багатьох малих річок Запорізької області. Досліджувалися ґрунти посттехногенних ландшафтів поблизу с. Наталівка Вільнянського р-ну Запорізької області (затоплений Наталіївський кам'яний кар'єр, що є місцем стихійного відпочинку) і техногенних ландшафтів у передмісті м. Запоріжжя (діючий Мокрянський кам'яний кар'єр № 2, який відноситься до Янцівського гранітного родовища). Контролем слугував ґрунт заплави р. Мокра Московка під луговою рослинністю.

Для обліку чисельності деяких еколого-трофічних груп мікроорганізмів використовували оптимальні середовища: для амоніфікаторів – м'ясо-пептонний агар (МПА), для бактерій, що утилізують мінеральні сполуки азоту – крохмаль-аміачний агар (КАА), для оліготрофів – ґрунтовий агар (ҐА), для олігонітрофілів – голодний агар (ГА); для мікроскопічних грибів використовували середовище Чапека (ЧА). Тривалість культивування – 5-14 діб за температури 28^{o}С. Повторність досліду – п'ятиразова.

Для оцінки активності мікробіологічних процесів, що протікають у досліджуваних ґрунтах, використовували коефіцієнти: мінералізації-іммобілізації, який розраховували за співвідношенням кількості мікроорганізмів, що засвоюють мінеральний і органічний азот (КАА/МПА); оліготрофності – за відношенням кількості оліготрофів, що ростуть на бідних середовищах, до сумарної чисельності бактерій на КАА і МПА; педотрофності – за співвідношенням мікроорганізмів, що виросли на ґрунтовому та голодному агарі (ҐА/ГА).

Проведений аналіз співвідношення еколого-трофічних груп бактерій показав, що у фонових ґрунтах чисельність амоніфікаторів у контрольних зразках перевищувала в 2,5–8,4 рази показники техногенних територій. Чисельність бактерій, що утилізують неорганічні форми азоту, у ґрунтах техногенних територій перевищувала в 2,1–4,6 рази, оліготрофів – у 2,5–8,4, олігонітрофілів у 3,7–30,0 рази показники фонових ґрунтів. Нами встановлена тенденція зниження чисельності грибів-гідролітиків на тлі зростання чисельності бактеріальної мікрофлори і актиноміцетів, що є цілком закономірним явищем для техногенних територій. Кількість грибів-мікроміцетів у контрольних зразках становила 35,6 % від загальної кількості мікрофлори, тоді як у техногенних ґрунтах – лише 2,8–7,3 %.

Аналіз активності мікробіологічних процесів досліджуваних ґрунтів дозволив встановити, що коефіцієнти мінералізації-іммобілізації, збільшувались на техногенних територіях, особливо високими (25,7) вони були на ділянках, найближче розташованих до місць проведення піротехнічних робіт. Активізація функціонування органотрофних мікроорганізмів зменшує напруженість мінералізаційних процесів, тому коефіцієнт мінералізації був невисоким лише в контролі (0,6). Найвищі коефіцієнти оліготрофності та педотрофності зафіксовані на ділянках північної і західної частини Мокрянського кар'єру № 2, які становили 1,88 і 1,76 відповідно.

Отже, техногенне навантаження на ґрунти басейну р. Мокра Московка позначилось на зменшенні порівняно з фоновими ґрунтами чисельності органотрофів і грибів, проте зростала чисельність мікрофлори розсіювання, що свідчить про уповільнення процесів гумусоутворення й активізацію процесів мінералізації.

Література

1. Абакумов Е.В. Почвообразование в посттехногенних экосистемах карьеров на Северо-Западе Русской равницы / Е.В. Абакумов, Э.И. Гагарина. – СПб: Изд-во С.Петерб. ун-та, 2006. – 208 с.
2. Гаджиев И.М. Генетические и экологические аспекты исследования и классификации почв техногенних ландшафтов / И.М. Гаджиев, В.М. Курачев // Экология и рекультивация техногенних ландшафтов. – Новосибирск, 1992. – С. 48–52.
3. Чебанова В.В. Вплив різних систем удобрення на мікробіологічні процеси трансформації азоту в чорноземі типовому на початку та наприкінці вегетації / В.В. Чебанова // Агрохімія і ґрунтознавство. – Вип. 74. – 2011. – С. 119–122.

Лісовецька Вікторія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Приступа І.В.

МОРФОЛОГО-АНАТОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГІБІСКУ КИТАЙСЬКОГО

Рід гібіск (*Hibiscus* L.) включає близько 250 видів рослин родини мальвових, природний ареал - тропічна Азія, Індія. Як кімнатні рослини в помірному кліматі широко культивують, гібіск китайський, або китайську троянду – чагарник, який вирощується у відкритому грунті в субтропічному кліматі. Вже на початку 19 століття він прикрашав деякі ботанічні сади Європи.

Китайська троянда (*Hibiscus rosa-sinensis* L.) – вічнозелений чагарник або вічнозелене невелике дерево, що досягає в природі 3-6 м заввишки. В кімнатних умовах вирощують також карликові гібіски розміром трохи вище 40 см.

Гібіски здатні привертати увагу і вражати не тільки квітами, але й гарними листками.

Гібіски надзвичайно витривалі, вони можуть переносити недостатнє освітлення, холод, пересушування ґрунту, надлишок води при поливі, недостатнє живлення. Звичайно, все це негативно відбивається на стані рослини і цвітінні.

На світлому місці вже в березні у гібіска починають з'являтися перші бутони, а квітки, які змінюють одна одну, прикрашають крону листя до глибокої осені. Влітку гібіск рясно

поливають після висихання верхнього шару ґрунту, регулярно підгодовують, щодня обприскують водою. Періодично змивають пил з листків і оберігають від шкідників. Рекомендується іноді рихлити верхній шар ґрунту, приблизно через годину після поливу. Взимку полив гібіску скорочують (зайву воду після поливу відразу видаляють з піддону) і поміщують його у відносну прохолоду – це сприяє закладанню квіткових бруньок [1, 3].

Гібіск має сильно розгалужену стрижневу кореневу систему, але осьовий корінь добре помітно. Осьовий корінь в кімнатних умовах може заглиблюватися в грунт до 50 см.

Молоді (однорічні) стебла зовні покриті шкірочкою, яка потім замінюється корою, що складається з мертвих клітин, заповнених повітрям. Шкірка і кора — покривні тканини. Вони захищають розташовані глибше клітини стебла від зайвого випаровування, різних пошкоджень, від проникнення всередину атмосферного пилу з мікроорганізмами, що викликають захворювання рослин. У епідермі стебла, як і в епідермі листків, є продихи, через які відбувається газообмін. Сочевички у гібіску китайського лежать під шаром корка перидерми — маленькі горбки з отворами, добре помітні зовні. Сочевички утворені великими клітинами основної тканини з великими міжклітинниками. Через них здійснюється газообмін [4].

Листки чергові, довжиною до 5 см, з паралельним жилкуванням. Сидять листки на зелених довгих черешках, які досить щільно прикріплені до стовбура рослини. Форма та колір – різноманітні.

Квітки гібіску великі, прості, напівмахрові або махрові. Пелюстки можуть досягати розмірів до 5 см в довжину. У численних сортів китайської троянди забарвлення квіток зустрічається найрізноманітніше: білі, різних відтінків рожевого, бузкові, лососеві, жовті, помаранчеві, карміново-червоні, пурпурові, навіть з темною плямою біля основи пелюсток. Тичинки і маточка квіток гібіска виходять далеко за межі площини пелюсток. Довжина зрощених з маточкою тичинок може досягати 8 см [5] (рис. 1).

Рис. 1 – Гібіск китайський *(Hibiscus rosa-sinensis)*

Таким чином, гібіск китайський має стрижневу кореневу систему, добре розвинені покривні тканини, завдяки селекційній роботі форма, розмір і колір квітів та листків значно варіюють.

Література

1. Енциклопедія кімнатних рослин / www.keepflowers.ru. – 2009.
2. Вільна енциклопедія / www.wikipedia.org. – 2010.
3. Воронцов В.В. Гібіск китайський в кімнаті / Квіти України. – М.: Лісн. пром-сть, 2008. – № 4. – С. 47.
4. Протопопова С.С. Світ рослин / Кімнатні і садові рослини. – К.: Радян. шк., 2015. – № 4. – С. 18.
5. Самойлов В.А. Гібіск / В світі рослин. – М.: Агропром, 2010. – №9. – С. 23-25.

Мартьянова Антоніна
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Генчева В.І.

КЛАСИФІКАЦІЯ, АСОРТИМЕНТ І ЦІННІСТЬ КАВИ

Кава − це насіння (зерна) плодів вічнозеленої тропічної кавової рослини.

Розрізняють такі види кави: натуральну каву; кавозамінники; кавові суміші (кавові мікси).

В залежності від ступеня переробки натуральної кави розрізняють: каву зелену в зернах; каву смажену в зернах (слабо, середньо, сильно); каву смажену мелену; каву смажену мелену з додаваннями цикорію; каву розчинну.

Зелена кава в зернах може бути вищого, першого і другого сортів.

Натуральна смажена кава в зернах може бути вищого і першого сортів.

Смажена мелена кава поділяється на мелену вищого, першого і другого сортів та мелену каву «по-турецьки» вищого сорту, а також мелену каву з цукром вищого, першого і другого сортів.

Розрізняють натуральну смажену мелену каву з цикорієм: вищого сорту виробляють з натуральної смаженої меленої кави вищого сорту − не менше 60%, першого сорту − не більше 20% і цикорію − не більше 20%; першого сорту − смаженої меленої кави першого сорту − не менше 80% і цикорію − не більше 20%; другого сорту − смаженої меленої кави другого сорту − не менше 80% і цикорію − не більше 20%.

Розрізняють порошкову і гранульовану натуральну розчинну каву.

Залежно від ботанічного виду розрізняють: арабіку; робусту; ліберіку.

Залежно від регіонів виростання розрізняють: бразильську каву; колумбійську каву; ефіопську каву; кенійську; коста-риканську; гватемальську; індонезійську і т.д.

Залежно від добавок розрізняють: каву з добавками; каву без добавок.

Залежно від обробки зерен розрізняють каву: в зернах; мелену.

Залежно від якості розрізняють каву: вищу − арабіка; першу − суміш арабіки та робусти; другу – робуста (конголезька кава).

Основною речовиною, що обумовлює фізіологічні властивості кави, є алкалоїд кофеїн, вміст якого коливається від 0,7 до 1,5% в натуральній; і не менше 2,8% в розчинній. У низькосортній каві вміст кофеїну більше, ніж в низькосортній.

Кофеїн збуджує і нормалізує роботу центральної нервової системи. Кофеїн усуває млявість, сонливість і апатію, знімає втому і стимулює роботу всіх органів людини. Він має значний вплив на енергетичний баланс людини і здатний стимулювати спалювання жирових клітин. Кофеїн стимулює процеси збудження в корі головного мозку, що веде до посилення загального обміну і підвищення життєдіяльності тканин організму.

Гіркоту кавового напою викликають фенольні речовини (хлорогенова кислота − 4-8%), яка надає каві сладкокислий і терпкий смак.

У кавовому напої міститься 8 вітамінів групи В, які регулюють перебіг багатьох біохімічних процесів в організмі людини.

Більше 30-ти органічних кислот, що містяться в кавовому зерні, викликають посилену шлункову секрецію і сприяють гарному переварюванню їжі в організмі. Основні органічні кислоти, що входять до складу кавових зерен − це яблучна, лимонна, оцтова, кавова. Однак надмірне вживання кави подразнює слизову шлунка і кишківника.

В смаженій каві містяться білкові речовини (13-15%), жири (4-14,4%), розчинні вуглеводи (до 7%), мінеральні речовини (К − до1600; Са − 100-147; Р − 190 -250; Fe − 5,3-6,1 мг /%). Енергетична цінність кави − 119-223 ккал.

Марченко Марина
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Генчева В.І.

ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ 2,5% КЕФІРУ І ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЙОГО ЯКОСТІ

Молочні продукти займають особливе місце в раціоні людини. Ці продукти є основою харчування дітей; які повинні стати важливою частиною раціону людей середнього віку; повноцінні молочні білки та інші біологічно активні речовини, інгредієнти молочних продуктів або їх метаболіти здатні блокувати і пригнічувати в організмі людини і виводити з нього токсичні продукти, що утворюються в процесі обміну речовин в організмі.

Одним з найбільш поширених і корисних молочно-білкових продуктів є кефір. Він відноситься до молочних продуктів з підвищеним вмістом білка, так як в результаті зневоднення згустку в продукті концентруються білок і жир. За харчовою цінністю кефір майже ні в чому не поступається таким продуктам, як молоко, риба і яйця. Засвоюваність кисломолочних напоїв підвищується за рахунок часткової пептонізації в них білків, тобто розпаду їх на більш прості сполуки. Крім того, в продуктах, отриманих в результаті змішаного молочнокислого і спиртового бродіння, білковий згусток пронизують найдрібніші бульбашки карбон (IV) оксиду, завдяки чому він доступніший для дії ферментів шлунково-кишкового тракту.

Хімічний склад кефіру 2,5% жирності наступний: вода – 89%; білки – 2,9 г; жири – 2,5 г; вуглеводи – 4,0 г; органічні кислоти – 0,9 г; ненасичені жирні кислоти – 1,5 г; холестерин – 8,0 мг; вітаміни А, B_1, B_3, РР. Енергетична цінність кефіру − 49,1 ккал.

Згідно ДСТУ 4417:2005. Національний стандарт України. Кефір. Технічні умови, чинний від 2006-07-01, кефір повинен відповідати наступним вимогам і нормам: масова частка жиру, % від 1 до 5; масова частка сухих речовин, % не менше 12,5; масова частка білку, % не менше ніж 2,7; масова частка вітамінів С, % не менше – 0,01; титрована кислотність від 85^0Т до 130 ^{0}Т; активна кислотність – від 4,0 до 4,8 pH; температура під час випуску з підприємства, ^{0}С, 4±2, умовна в'язкість, не менше 25; фосфатаза і пероксидаза відсутня.

Метою роботи була перевірка фізико-хімічних показників якості 2,5% кефіру вітчизняних виробників.

Нами були досліджені три зразки кефіру, а саме: «Біла лінія», «Простоквашино», «Яготинський». Згідно методик визначення фізико-хімічних показників якості були визначенні масова частка жиру, масова частка сухих речовин, масова частка білку, титрована і активна кислотність продукції і виявлена в'язкість кефіру.

Матвиенко Анастасия
студентка 2 курса биологического фак.-ту
Науч. рук.: к. б. н. Домнич А.В.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СТРУКТУРА ПОПУЛЯЦИИ ЛАНИ В ЛЕТНЕ-ОСЕННИЙ ПЕРИОД НА ТЕРРИТОРИИ АЗОВО-СИВАШСКОГО НАЦИНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКА

Наши исследования проводились на территории Азово-Сивашского национального природного парка (АСНПП) о. Бирючий. Период исследований первая половина июля, конец сентября - середина октября 2015г. Наблюдение велось на протяжении всего светового дня с 04:00 до 20:00 в летний период с 06:00 до 18:00 в осенний период с пожарной вышки высотой 8 м с помощью бинокля кратностью 12х45 и изучался характер размещения лани европейской (Dama damaLinnaeus, 1758) на территории острова. Следует отметить, что

на острове Бирючем повышенная плотность популяции лани - 360 особей на 1000 га, что непосредственно влияет на пространственную структуру и поведенческие особенности.

За время летнего и осеннего периода в средней части острова на территории 300 ганаблюдалось 130-140 ланей, основную часть из которых составляли взрослые самки и самки с сеголетками, количество взрослых самцов и самцов-полуторалеток составляло 15% из общего количества всех животных.

Следует отметить, что пространственная структура для диких копытных напрямую зависит от времени года и от погодных условий (Баскин 1976).

Летом при средней температуре воздуха +26 ºС±4ºС и скорости ветра 3 ± 2 м/с лани более рассредоточены по острову, и перемещаются по территории острова небольшими группами (2-4 особи), распределены равномерно. В этот период, на территории 300 га размещалось 32 лани (2-3 в группе) и расстояние между ними колебалось от 70 до 120 м.

Осенью в конце сентября начале октября температура снижается до 14ºС±4ºС,у ланей начинается гон, и скопления ланей увеличивались до 15-20 особей в стаде. Соответственно картина распределения выглядела совершенно иначе – преобладали большие скопления самок ланей с одним или двумя самцами (n=14) и время от времени встречаются одинокие самцы(n=6).Например, на той же территории (300 га) в течении двух дней находилось 3 стада по 10,16 и 9 особей и расстояние между ними составляло 350м±70м.

В осенний период животные предпочитают находиться в понижениях, так называемых лугах с обильной растительностью (пырей удлинённый *Elytrigiaelongata,*свинорой пальчатый *Cýnodondáctylon,* живокость *Delphínium*).При этом скорость ветра повышается до 6±4 м/с (иногда до 14 м/с) и лани основное время проводят кормясь на лугу, или на лежке. Летом при повышенной температуре основную часть дневного времени суток лани находятся на лежкев районе подов(вторая половина дня) или пасутся у копанок (утро).

Не менее важен тот факт, как и с какой скоростью, перемещаются животные. В летний период, когда корма достаточно, и он равномерно распределен по территории острова, скорость при кормежке составляет 0,5±0,1 км/ч. Например, самка с сеголеткой способна пройти 1,5 км за 2 часа, при этом кормясь. Группы, состоящие из 2-4 ланей (в основном самки) пасутся со скоростью 0,4 км/ч, а одинокие самцы 0,6 км/ч .

Осенью зеленой растительности гораздо меньше, и она распределена неравномерно, животное соответственно большее количество времени находятся на одном месте пытаясь выбрать как можно больше зелени (скорость равна 0,3±0,05 км/ч). Взрослый самец одиночка (осенью наблюдается 4-5 на 300га) за 2 часа проходит всего лишь 0,5 км. Большие скопления ланей по 10-20 особей могут находиться по 2-3 дня на ограниченной территории (700±50м^2) слабо перемещаясь.

Роберт Уиттекер (1980) выделял четыре типа распределения популяции в сообществе: случайное, контагиозное (групповое), равномерное и комбинированное. Популяция ланей на территории острова Бирючий имеет контагиозное распределение, так как преобладают небольшие группы состоящие из 3-5 особей (n=12±2 на 300га)с встречающимися одиночными особями (n=4±1 на 300га).

Таким образом, мы считаем что на территории АСНПП о. Бирючий: в летний период преобладают небольшие скопления ланей – 2-4 особи , в то время как осенью во время гона лани образуют большие группы – 12-15 особей. Поэтому размещение ланей напрямую зависит от скорости перемещения, а также и погодных условий.

Отметим, что объём и качество травянистой растительности влияет на распределение изучаемых животных. И на острове Бирючий преобладает контагиозное распределение ланей.

Литература

1. Баскин Л.М. Поведение копытных животных/ Л.М. Баскин — М.: Наука, 1976. — 296 с.
2. Уиттекер Р. Сообщества и экосистемы/ Р. Уиттекер. — М.: Прогресс, 1980. — 327 с.

Матюха Ніна
студентка 6 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Бойка О.А.

ПОРІВНЯННЯ КІЛЬКОСТІ ВОЛОСКІВ НА ВЕРХНЬОМУ ТА НИЖНЬОМУ ЕПІДЕРМІСУ ЛИСТКІВ ЛУНАРІЇ РІЗНИХ ГЕНОТИПІВ

В наш відбувається зміна асортименту квіткових рослин які застосовуються при озелененні населених місць. Сучасні тенденції вимагають швидкого оновлення та розширення існуючого переліку видів. Лунарія – це нова перспективна культура для нашого регіону, яку доцільно більш широко використовувати під час створення проектів клумб та паркових комплексів [1].

Для оцінки придатності того чи іншого виду для використання у декоративних цілях використовують низку показників та факторів серед яких є як показники декоративних властивостей, так і показники що характеризують стійкість рослин до факторів навколишнього середовища. Однією з пристосувальних властивостей рослин до низьких позитивних температур та посухи є наявність волосків на епідермісі листків [2].

Різні генотипи лунарії (лінії), які було виділено серед нащадків від міжвидових схрещувань в середині цього роду мають різні набори ознак за якими може бути оцінена ця культура. Однією з таких ознак є кількість волосків на епідермісі.

В багатьох рослин, у тому числі і в лунарії, кількість волосків на верхньому та нижньому епідермісах листкової пластинки достовірно відрізняється між собою. Підрахунок кількості волосків проводився на 1 $см^2$ листкової пластинки на 3 вирізах з кожного дослідженого листка. В кожній лінії аналізувалося по 3 листки з другої пари справжніх листків. Для обліку кількості волосків використовували бінокуляр. Отримані дані подано у таблиці 1.

Таблиця 1 – Кількість волосків на верхньому та нижньому епідермісі ліній виділених з нащадків міжвидових схрещувань лунарії

Зразки	Кількість волосків зверху, шт. на 1 $см^2$	Кількість волосків знизу, шт. на 1 $см^2$	t_d
Лінія 1	125 ± 5,1	297 ± 10,5	14,6
Лінія 2	108 ± 15,7	295 ± 39,3	4,4
Лінія 3	87 ± 6,4	201 ± 17,2	6,2

З таблиці 1 видно, що усі лінії мають майже вдвічі більше волосків на нижній поверхні листкової пластинки. Ця різниця є статистично достовірно. Таким чином, можна зробити висновок, що листкова пластинка лунарії має відносну високу кількість волосків епідермісу та кількість волосків на нижньому боці листкової пластинки майже вдвічі перевищує їх кількість на верхній частині листкової пластинки.

Література

1. Карпиносова Р.А. Садовые цветы от А до Я / А.Р. Карпиносова, Т.С. Русинова, Л.П. Вавилова – М.:АСТ «Астрель», 2005. – 319 с.
2. Практикум по росту и устойчивости растений: Учебное пособие/ Полевой В.В., Чиркова Т.В., Лутова Л.А. и др; Под ред. Полевого В.В. и Чирковой Т.В.. – Санкт-Петербург: Изд-во С-Петерб. ун-та, 2001. – 212 с.

Місірук Марія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: ас. Крупєй К.С.

ВПЛИВ МІДІ (II) НА КОНЦЕНТРАЦІЮ ТБК-АКТИВНИХ ПРОДУКТІВ У ДРІЖДЖОВИХ КЛІТИНАХ

Пігменти бактерій та грибів – це фарбувальні речовини різних класів хімічних з'єднань, що виділяються у середовище або входять до складу клітин. Основною фізичною властивістю пігменту є його «кольоровість», тобто здатність поглинати певні промені

спектру [1]. Питання про функції пігментів досить залишається нез'ясованим. Вважають, що основна функція пігментів у клітині бактерій – це захист від природної ультрафіолетової радіації. Але більшість функцій пігментів залежать від їх типу, а також впливу вільних радикалів – молекулярних частинок, що мають неспарений електрон на зовнішній електронній оболонці. Первинні радикали (супероксид, нітроксид) утворюються ферментативним шляхом і необхідні для клітини, а вторинні радикали, такі, як гідроксид чи радикали ліпідів – пошкоджують клітину [2].

Метою роботи було дослідити вплив міді (II) на концентрацію ТБК-активних продуктів у дріжджових клітинах із метою з'ясування можливих механізмів стійкості пігментосинтезувальних дріжджів в умовах «металевого» стресу.

Попередніми дослідженнями нами було встановлено, що дріжджі втрачають здатність синтезувати пігмент із певних концентраційних рівнів міді (II) [3]. У вирішенні питання про можливі механізми блокування синтезу пігменту ми звернули увагу на те, що одним із індикаторів руйнування мембранних структур під дією стресових чинників є утворення малонового діальдегіду (МДА) та інших ТБК-активних продуктів у клітині, які з'являються в результаті перекисного окиснення ліпідів у зв'язку з активацією вільно-радикальних процесів. Таким чином, вони є показником окислювальних процесів, зумовлених кисневими радикалами.

Дріжджову біомасу отримували шляхом змиву культури *Rhodotorula aurantiaca* Y-1195 з твердого поживного середовища Сабуро та центрифугування при 6000g; 20 хв. Наважку дріжджової біомаси (0,35 г) подрібнювали і розтирали у фарфоровій ступці з 2 $см^3$ дистильованої води. До гомогенату додавали 3 $см^3$ трихлороцтової кислоти (ТХО) й гомогенізували вдруге. З отриманого гомогенату відбирали у мірні пробірки з притертими пробками 2 проби по 2 $см^3$. До однієї з них додавали рівний об'єм (2$см^3$) ТХО і цю пробу в подальшому використовували як контроль при спектрофотометрії. До другої проби додавали 2 $см^3$ розчину тіобарбітурової кислоти (ТБК). Слід відмітити, що ТБК реагує не тільки з МДА, але й з іншими альдегідами, амінокислотами тощо. Проби інкубували 30 хв. на киплячій водяній бані, потім охолоджували та центрифугували при 3000g; 10 хв. Супернатант відбирали шприцем у пробірки та вимірювали значення оптичної густини на спектрофотометрі СФ-42 (λ=532 нм).

Кількість ТБК-активних продуктів (Х) в дріжджовій біомасі виражали у наномолях на 1 г сухої маси і розраховували за формулою:

$$X = \frac{D532 \cdot 1000000 \cdot V \cdot A}{H \cdot \varepsilon},$$

де Х – кількість ТБК-активних продуктів у дріжджовій біомасі;

D_{532} – значення оптичної густини при (λ=532 нм);

V – об'єм;

А – відношення загального об'єму витяжки до об'єму проби, взятої для визначення ТБК-активних продуктів;

Н – наважка дріжджової біомаси, г;

ε – молярний коефіцієнт екстинції, рівний 155000 л/(см·моль) [4].

Встановлено, що за концентрації міді (II) (у складі хлориду) 50 і 350 мг/$дм^3$ кількість ТБК-активних продуктів в контролі (23,7±1,22 нм/г) і в дослідах (127,97±1,23 і 203,81±1,71 нм/г, відповідно) достовірно відрізнялися ($p<0,05$). Так, за концентрації міді 350 мг/$дм^3$ їх було в 8,6 рази більше, ніж в контролі, а це може вказувати на те, що одним із вірогідних механізмів блокування синтезу пігменту у дріжджів може бути ураження пігментосинтезувальних ділянок на мембранах вільними радикалами.

Література

1. Феофилова Е. П. Пигменты микроорганизмов / Е. П. Феофилова. – М. : Наука,1974. – 242 с.

2. Владимиров Ю. А. Свободные радикалы в биологических системах / Ю. А. Владимиров // Соросовский образовательный журнал. – 2000. – Т. 6, № 12. – 13 с.
3. Крупєй К.С. Скринінг пігментосинтезувальних дріжджів-біоіндикаторів іонів міді (II) / К.С. Крупєй, М.О. Місірук, О.Ф. Рильський // Вісник Запорізького національного університету : збірник наукових праць. Біологічні науки. – Запоріжжя: ЗНУ, 2015. – № 1. – С. 195-206.
4. Мусієнко М.М. Спектрофотометричні методи в практиці фізіології, біохімії та екології рослин / М.М. Мусієнко, Т.В. Паршикова, П.С. Славний. – К. : Фітосоціоцентр, 2001. – 245 с.

Міщенко Каріна
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Яковлєва-Носарь С.О.

ВИКОРИСТАННЯ ЛІКАРСЬКИХ РОСЛИН В ОЗЕЛЕНЕННІ ПРИВАТНИХ САДИБ

Лікарські рослини − рослини, органи або частини яких є сировиною для отримання засобів, що використовуються в народній, медичній або ветеринарній практиці з лікувальною або профілактичною метою. На сьогодні відомо близько 500 000 видів рослин, однак лише невелика частина (приблизно 10 %) з них широко застосовується в медицині.

З давніх пір у культурах різних народів використовувалися лікарські та пряно-ароматичні рослини. Ще в епоху Середньовіччя при монастирях з'являються «Аптекарські городи». Вважається, що перші з них з'явилися в Італії. Монастирі в той час користувалися загальною славою і повагою, і були, мабуть, єдиним місцем, де надавали медичну допомогу, як монахам, так і паломникам, тому обійтися без храмових лікарських городів було просто неможливо. Розведення лікарських рослин стало важливою турботою середньовічних садівників. Аптекарський город розташовувався зазвичай у внутрішніх двориках, поруч з будиночком лікаря або монастирською лікарнею. Особливою увагою ченців користувалися рослини, здатні не тільки лікувати, але і підвищувати тонус організму. Крім лікарських рослин, у садах вирощували фруктові та овочеві культури. В аптекарському городі були також рослини, з яких отримували фарби, що використовувалися для оформлення рукописів. Починаючи з XIV ст., монастирські аптекарські сади в Європі перетворюються на медичні. Вони поклали початок робіт з первинної інтродукції, збору, опису та систематизації рослин. Лікарські та ароматичні трави вирощувалися також при феодальних замках. Перші використовувалися в медичних цілях, за допомогою других перебивали неприємні запахи, що переважали в замках унаслідок антисанітарних умов. На Русі «Аптекарські городи» влаштовувалися при монастирях. Перші згадки про «аптекарські городи» при монастирських садах з'являються в XI−XIII ст., на устрій яких впливав європейський досвід, оскільки ченцям були доступні видання на латині і грецькою. Нині безцінний досвід використання лікарських рослин використовується на стику ландшафтної архітектури і відновлювальної медицини у вигляді нового напрямку – реабілітаційних технологій в ландшафтній архітектурі [1, 2].

Нами створений проект озеленення приватної садиби площею 1 283,40 м^2 або 0,128 га. Однією з умов підбору асортименту є використання рослин, які поєднують у собі естетичні функції та володіють лікарськими властивостями.

Здавна відомо, що ефірні олії хвойних рослин позитивно впливають на здоров'я людини, широко використовуються в аромотерапії, мають протимікробну дію, поліпшують емоційний стан. Для озеленення даної території нами використано три представника відділу Голонасінні: ялівець віргінський *'Silver Spreader'* (заввишки 75−80 см), кипарисовик Лавсона *'Chilworth Silver'* (заввишки 1,5−1,9 м), тую східну (заввишки 0,5−0,6 м).

До оформлення сучасних садів дизайнери охоче включають не тільки декоративні, а й пряні та лікарські (місцеві) рослини. Пряні трави можна оформити як окремий ландшафтний об'єкт – садок прянощів. Місце для садка прянощів – у кожній із зон відпочинку, в палісаднику або в парадній зоні саду. Обрамлення такого садка можна викласти з каменю у

вигляді спіралі, можна зробити підняту клумбу будь-якої форми, а можна просто обкласти гарними каменями невеликий шматочок землі.

Оскільки основна частина нашого саду спроектована у регулярному стилі, тобто йому притаманні чіткі геометричні форми, то гарним рішенням для використання пряних трав стало закладання рабатки з шавлії, лаванди, чабрецю, кучерявої петрушки.

Багато пряних рослин гарно виглядають і успішно ростуть по сусідству з камінням альпінарію. Найпопулярнішою лікарською і пряною рослиною, що підходить для альпійської гірки, є материнка. Ефірною олією материнки ароматизують мило, креми, шампуні. Листя і квітки материнки теж використовують у медицині і в кулінарії (додають до тушкованого м'яса, в підливи і соуси). Гілочки материнки кладуть при засолюванні огірків і грибів. Ароматні, з гіркувато-пряним смаком листя шавлії вживають у кулінарії як добавку до страв з м'яса і птиці. Знамениту різдвяну індичку неодмінно приправляють шавлією. М'яту додають у соління й маринади, в різні трав'яні чаї і лікувальні збори. Ментол, що входить до складу м'яти − основа багатьох лікарських препаратів. Як і материнка, м'ята незамінна в косметиці і парфумерії, де використовується в основному м'ята перцева. «Чемпіон» з розповзання серед каменів − чебрець повзучий. Це основна рослина для «пряної» гірки. У дикому вигляді чебрець росте по сухих схилах пагорбів, у степах, на узліссях соснових борів. У природі зустрічається безліч видів чебрецю; всі вони декоративні, запашні і дуже схожі зовні. Селекціонерами отримано безліч ароматних форм чебрецю не тільки з зеленими, але й з жовтими, зі строкатими листками. Вживають чебрець як приправу до м'ясних страв, у соусах, а також додають листя і квітки в чай. Різноманітне застосування чебрецю і в медицині. Особливо популярний чебрець як засіб від кашлю. Монарду додають у чай або як приправу до м'яса [3].

Хоча альпійська гірка є елементом пейзажного прийому планування, але за бажанням замовника її також було сплановано і підібрано асортимент для її озеленення. При цьому нами були використані такі пряно-ароматичні та лікарські рослини, як: монарда (заввишки 1,0−1,2м), материнка звичайна (заввишки 60−70см), шавлія лікарська (заввишки 50−55см), арніка (заввишки 20−35см) та інші рослини.

Література

1. Електронний ресурс. Режим доступу http://landscape.totalarch.com/taxonomy/term/27
2. Егоров В.А. История фармации / В.А. Егоров, Е.Л. Абдулманова. – Самара: ГП Перспектива, 2002. – 138 с.
3. Електронний ресурс. Режим доступу http://www.liveinternet.ru/users/4125286/post357712068/

Нестеренко Каріна
студентка магістратури біологічного фак-ту
Наук. кер.: к.х.н, доц.. Синяєва Н.П.

ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ ВАЖКИХ МЕТАЛІВ В ДИТЯЧИХ ТОМАТНИХ КЕТЧУПАХ

Постійна боротьба за ринки збуту продукції вимагає від вітчизнянихпідприємств харчової та переробної промисловості підвищувати якість харчових продуктів - невід'ємну складову їхнього успіху на споживчому ринку. Для цього необхідно постійно вдосконалювати технологію виробництва продуктів. Надзвичайно актуальною проблемою якості є наявність в продуктах дитячого харчування важких металів. Збільшується з року в рік хімічне забруднення, що поширюєтьсяна всі середовища - воду, повітря, ґрунт і створює принципово нові умови для існування, відмінні від тих, до яких протягом тисячоліть були адаптованірослини, тварини і людина [2, с. 5-12]. Багато даних свідчать про те, що екологічний фактор істотно впливаєна елементний хімічний склад рослин та продуктів їх переробки. Поглинання рослинами різного роду токсичних елементів, у тому числі важких металів - найбільш небезпечно. Тому, особливо важливо контролювати якість дитячого харчування. [1, с. 84-87; 3, с. 14-17].

Концентровані томатопродукти займають одне з провідних місць в асортименті плодоовочевих консервів. До концентрованих томатопродуктів відносяться: томатна паста 30%, кетчуп та томатний сік Проходячи важкий шлях від поля до нашого столу йде безперервне накопичення Cu, Pb, Cd в концентрованих томатопродуктах, що є недопустимим для якісного дитячого харчування.

Метою даної роботи є провести дослідження вмісту Кадмію, Плюмбуму та Купруму у дитячих томатних кетчупах.

Згідно Державних стандартів України ГДК Плюмбуму в концентрованих томатопродуктах не повинна перевищувати 0,5 мг/кг, а Купруму не більше ніж 5 мг/кг, а Кадмію лише 0,1 мг/кг. Тому, задля уникнення перевищення данних норм останнім часом виробники вводять у своє виробництво систему НАССР. Система НАССР є науково обґрунтованою, що дозволяє гарантувати виробництво безпечної продукції шляхомідентифікації й контролю небезпечних чинників. Але, на жаль, не всі виробники томатопродукції, а особливо для дитячого харчування притримуються даної системи. Визначення важких металів у концентрованих томатопродуктах виробників, що не користуються даною системою – задача актуальна.

Отримані результати показують, що вміст важких металів (Pb, Cd, Cu)

у кетчупах для дитячого харчування не перевищує гранично допустиму концентрацію та відповідає нормативним документам. Однак, враховуючи той факт, що зараз триває дискусія по зниженню ГДК по даним елементам взагалі в дитячому харчуванні, тому доцільним було б дослідити чистоту реагентів, що використовують для дослідів для визначення важких металів та розширити номенклатуру досліджуваних продуктів.

Література

1. Параняк Р.П Шляхи нагромадження важких металів у довкіллі та їх вплив на живі організми / Р.П. Параняк, Л.П. Васильцова, Х.І. Макух // Біологія тварин. - 2007. - Т.9. - №1-2 – С.83-89.

2. Безручко Н.В Основы токсикологии/ Н.В. Безручко, Н.Ю Келина, П.П. Кукин и др. – К.: Высшая школа, 2008.-279 с.

3. Производство продуктов детского питания/ Под редакцией П.Ф. Крашенинана, Я. Блаттна, М.Дедка, – М: Агропромиздат, 1989. – 336 с.

Оруджова Алина
студентка 3 курса биологического фак-ту
Науч. рук.: к. б. н., доц. Полякова И.А.

ОСОБЕННОСТИ *LINUM GRANDIFLORUM* ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ В ОЗЕЛЕНЕНИИ

Linum grandiflorum или лен крупноцветковый– одно из самых неприхотливых клумбовых растений. В зависимости от сорта при относительно небольшом диаметре куста высота растений варьирует от 40 до 60 см. Его с успехом используют в цветущих мавританских газонах. Несмотря на небольшую высоту растений, их выращивают на срезку для составления букетов из живых и сухих цветов. Срезанные цветущие побеги льна хорошо смотрятся в букетах и долго сохраняют декоративный вид в воде. Высушенные побеги с круглыми плодами очень декоративны и могут быть использованы при составлении сухих букетов.Он находитприменение для озеленения балконов и выращивания в балконных ящиках, и вазонах [Лях В. А., 2008].

Родина льна крупноцветкового (*Linumgrandiflorum*Desf.) - северо-западная Африка.В культуре с 1820 года.

Это однолетнее травянистое растение. Стебли прямостоячие, обильно разветвленные в верхней части, голые, до 60 см высотой. Стеблевые листья сидячие, линейные или овально-ланцетные, острые, с редкими ресницами по краю, ярко-зеленые, густо расположены на стебле. Цветки до 3 см в диаметре, пятичленные, правильные, ярко-красные, собраны в конечные, рыхлые, щитковидные соцветия, раскрываются только в солнечную погоду. Плод

- сухая, Шаровидная, пяти гнездная коробочка с многочисленными плоскими семенами. В 1 г до 300 семян, всхожесть которых сохраняется 4-5 лет.

Данная культура требует открытых, солнечных мест. Лучшего развития растения достигают на легких, плодородных почвах.В последние годы в Украине создан ряд высокодекоративных сортов льна декоративного: Марс, Румянец,Аврора, Фламинго, Зорепад,Вогник [Полякова И.А.,2015].

Целью наших исследований является проведение сравнительной оценки декоративных и семенных качеств данных сортов, определение оптимальных приемов возделывания культуры и создание рекомендаций по выращиванию.

В 2015 году нами проведено изучение сортов Аврора и Румянец, которые были выращены в разных условиях, однако в обоих вариантах растения росли на солнечном участке.

В первом варианте растения выращивались в Каменско-Днепровском районе в поливных условиях. Сорт Румянец: средняя высота растений 46см, количество стеблей от 5 до 6, количество коробочек от 10 до 130. Сорт Аврора: средняя высота растений 67см, количество стеблей от 3 до 8, количество коробочек от 25 до 280.

Во втором варианте растения выращивались в г.Запорожье в богарных условиях. Сорт Румянец: средняя высота растений 39см, количество стеблей от 1 до 3, количество коробочек от 9 до 24. Сорт Аврора: средняя высота растений 49см, количество стеблей от 4 до 7, количество коробочек от 45 до 147.

Согласно полученным данным,более благоприятными условиями для выращивания льна крупноцветкового являются условия с поливом и с достатком солнечного света. По результатам однолетних исследований, из двух изученных сортов более урожайным был сорт Аврора.

Литература

1. Лях В.А., Сорока А.И. Ботанические и цитогенетические особенности видов рода *Linum*L. и биотехнологические пути работы с ними: Монография. - Запорожье:ЗНУ, 2008. - 182 с.
2. Полякова И.А., Лях В.А. Перспективы использования диких видов льна в декоративном озеленении/ Вестник БСХА. – 2015. - № 2. - С. 96-100.

Паламарчук Анастасія
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к. х. н., доц. Лашко Н.П.

ВПЛИВ СВІТЛОВОГО РЕЖИМУ ЗБЕРІГАННЯ РОСЛИННОЇ ОЛІЇ НА ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЙОГО ЯКОСТІ

В останні десятиліття значно зріс інтерес до проблеми контрольованого перекисного окислення ліпідів, оскільки активізація вільнорадикального окислення і так званий синдром пероксидації лежать в основі багатьох захворювань і мають прямий зв'язок з процесом старіння, серед причин виникнення яких найменш вивчена роль харчового фактора.

Дослідження процесів окислення рослинних олій має ключове значення у визначенні шляхів їх мінімізації та розробці адекватних методів і критеріїв контролю якості, умов зберігання і встановлення термінів придатності продукту.

Харчові олії піддаються в процесі отримання і зберігання самоокисненню і фотосенсібілізованому окисненню. Окислення харчових масел обумовлює утворення сполук, що погіршують смак олій і зниження їх якості. Вільні жирні кислоти, моно- і дигліцериди, метали, хлорофіли, каротиноїди, токофероли, фосфоліпіди, температура, світло, кисень, спосіб отримання і склад жирних кислот впливають на окислювальну стабільність харчових масел. Для зниження окиснення масел в процесі отримання і зберігання рекомендується знижувати температуру, виключати вплив світла і повітря, видаляти метали і окиснені сполуки, використовувати відповідні концентрації антиоксидантів [1].

Окислення масел прискорюється при впливі світла, особливо якщо в них присутні такі сенсибілізатори як хлорофіл. Фотосенсибілізоване окислення харчових масел протікає за

участю синглетного кисню, він або реагує хімічно з іншими молекулами або передає свою енергію їм. При окисленні синглетного кисню світло важливіший фактор, ніж температура. Короткохвильове випромінювання має більший вплив, ніж довгохвильове. При цьому вплив світла на окислення знижується зі збільшенням температури [2].

Хлорофіли і продукти їх розкладання діють як сенсибілізаторів, що утворюють $^1O_2$ в присутності світла і атмосферного кисню і, отже, прискорюють окислення масла [3]. І хоча хлорофіли є сильними прооксидантами в присутності світла, діючи в якості сенсибілізатора в процесі утворення синглетного кисню, в темряві вони проявляють антиокислювальні властивості, можливо, за рахунок передачі водню вільним радикалам.

Вивчення фотоокиснення проводили на двох видах олій – сиродавленної ринкової та нерафінованої від виробника ТМ Королівський смак. Кінетика окислення вивчалась за такими показниками: кислотне число (КЧ), пероксидне число (ПЧ), кольорове число та характеризувалась розрахунком наступних величин:

1. середня швидкість окиснення за весь період зберігання олій;
2. зміна швидкості окиснення за показниками, що визначались в ході проведення кінетичного експерименту.

За час кінетичного експерименту ПЧ сиродавеної олії збільшилося з $0{,}3*10^{-3}$ до $0{,}55*10^{-3}$ (в 1,8 разу), нерафінованої з $0{,}475*10^{-3}$ до $0{,}575*10^{-3}$ (в 1,2 разу). Кислотне число у випадку сиродавленої оліі зросло у 1,3 разу, нерафінованої – у 1.1 разу.Кислотне число монотонно зростало у обох випадках, досягаючи максимального значення на 4 годині експерименту і далі не змінюючись. Зростання пероксидного числа для нерафінованої олії мало виражений індукційний період, який продовжувався до 4 годин експерименту, а далі число різко зростало, досягаючи максимального постійного значення. Таким чином, можна припустити, що стабілізуюча дія токоферолу як антиоксиданту буде сильніше проявлятись у випадку нерафінованої олії. Пероксидні сполуки в ці\ олії будуть менш стабільні та швидко розпадатимуться з утворенням вторинних продуктів окислення.

Література

1. Иванова Л.А. Пищевая биотехнология: Ч. 2. / Л.А. Иванова, Л.И. Войно, И.С.Иванова. - М.: Колос, 2008. – 472 с.
2. Velasco J., Dobarganes C. 2002. Oxidative stability of virgin olive oil. Eur. J. Lipid. Sci. Technol. 104:661–76.
3. Gutierrez-Rosales F., Garrido-Femandez J., Gallardo-Guerrero L., Gandul-Rojas B., Minguez-Mosquera M.I. 1992. Action of chlorophylls and the stability of virgin olive oil. JAOCS. 69:866–71.

Пальчик Анастасія
студентка 3-го курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Крупєй К. С.

ВПЛИВ АНІОНІВ СОЛЕЙ ЦИНКУ НА СИНТЕЗ ПІГМЕНТУ У ДРІЖДЖІВ *RHODOTORULA AURANTIACA* Y-1193

Як відомо, надлишкові концентрації важких металів (ВМ) у природі, зокрема цинку, негативно впливають на екологічний стан довкілля, що може спричинити порушення фізіологічних та біохімічних процесів, які відбуваються у живих організмах [1]. Цинк може спричинити негативну зміну біохімічного складу ґрунтів і водоймищ, захворювання флори і фауни на забруднених територіях. Він потрапляє у природні води в результаті процесів руйнування і розчинення гірських порід та мінералів (сфалерит, цинкіт, глосларит, смітсоніт, каламін), а також зі стічними водами рудозбагачувальних фабрик і гальванічних цехів, виробництв пергаментного паперу, мінеральних фарб, віскозного волокна та ін. У воді цинк існує головним чином в іонній формі або у формі його мінеральних і органічних комплексів. Іноді зустрічається в нерозчинних формах: у вигляді гідроксиду, карбонату, сульфіду та ін. У річкових водах концентрація цинку зазвичай коливається від 3 до 120 мкг/дм^3, в морських – від 1,5 до 10 мкг/дм^3. Вміст цинку у рудних і особливо в шахтних водах з низькими значеннями pH може бути значним. ГДК Zn^{2+} складає 1 мг/дм^3 (лімітуючий показник

шкідливості - органолептичний), ГДК Zn^{2+} у воді водойми, яка використовується в рибогосподарських цілях, – 0,01 мг/дм^3 (лімітуюча ознака шкідливості – токсикологічна) [2].

Проведені дослідження на дріжджах показали, що іони ВМ здатні пригнічувати ріст та синтез пігменту в клітинах, що дозволяє використовувати пігментосинтезувальні дріжджі в біоіндикації [3]. Вчені досліджували лише негативний вплив катіонів важких металів на одноклітинних еукаріот, проте не лише катіон металу, але й аніонна частина солі, може відігравати значну роль у токсичній дії. Тому метою нашої роботи було дослідити вплив аніонів солей цинку на синтез пігменту у дріжджів.

Об'єктом дослідження були каротиносинтезувальні дріжджі *Rhodotorula aurantiaca* Y-1193. Солі, які використовували в дослідах: $ZnSO_4 \cdot 7H_2O$, $ZnCl_2$, $Zn(CH_3COO)2 \cdot 2H_2O$. Концентрацію розраховували за катіоном металу. Тверде поживне середовище Сабуро готували на основі води з певним вмістом солей ВМ. Контролем слугувало середовище Сабуро без солей цинку. Після застигання середовища на нього суцільним газоном засівали 18-годинні колекційні культури. Щільність суспензії становила 10^7 кл./см^3. Інкубування проводили в термостаті за температури 27-28 °С. На 3 добу культивування візуально проводили облік результатів. Для розрахунку різниці в інтенсивності кольору (dE) між контрольними і дослідними зразками чашки Петрі з дріжджовими колоніями фотографували, розміщали фотографії у комп'ютерну програму Adobe Photoshop, визначали показники каналів кольорової моделі (Lab), потім у програмі CIEDE 2000 розраховували різницю в інтенсивності кольору пігменту [Пат. на корисну модель 49812 Україна].

Так, за концентрації сульфату цинку 50 мг/дм^3 відмічався добрий ріст пігментних та безпігментних колоній. За концентрації цинку 100-150 мг/дм^3 – слабкий ріст безбарвних колоній.

Додавання в середовище хлориду цинку у концентрації 50 мг/дм^3 спричинило суцільний ріст пігментних та безпігментних колоній. За концентрації цинку 200 та 250 мг/дм^3 зафіксований слабкий ріст безпігментних колоній дріжджів.

За концентрації ацетату цинку 50 мг/дм^3 виявлений добрий ріст пігментних та безбарвних колоній. За концентрації 100 мг/дм^3 цинку – добрий ріст із відсутністю пігментоутворення колоній. Концентрація 200 мг/дм^3 спричинила слабкий ріст колоній без кольору.

З підвищенням концентрації Zn^{2+} в середовищі зросла різниця в інтенсивності кольору пігменту (dE). Так, за концентрації сульфату цинку 50 мг/дм^3 dE дорівнювала 17,0±0,7 ум. од., що відповідає помірному пігментоутворенню колоній. За концентрації 150 мг/дм^3 цинку dE складала 20,0±0,2 ум. од. (колонії були безбарвні).

Таким чином, чим більша концентрація аніонів цинку, тим більш токсичний вплив вони чинять на ріст та синтез пігменту. Сульфат та ацетат цинку виявилися найбільш токсичними відносно синтезу пігменту, порівняно з хлоридом цинку. Останній виявився менш токсичним у 2 рази.

Отже, результати дослідження показали, що каротиносинтезувальні дріжджі *Rh. aurantiaca* Y-1193 володіли здатністю втрачати пігмент із певних концентраційних рівнів аніонів солей цинку. Тому виявляється цікавим подальше вивчення впливу ВМ на каротиносинтезувальні дріжджові клітини з метою їх застосування в біоіндикаційних дослідженнях.

Література

1. Андрієвська О. А. Геохімічний огляд розподілу цинку у компонентах ландшафтів поблизу військових полігонів України [Електронний ресурс] / О. А. Андрієвська // Пошукова та екологічна геохімія. – 2009. – № 1. – С. 48-52.

2. Гольдфельд М. Г. Хімія і суспільство / М. Г. Гольдфельд. – М. : Мир, 1995. – 560 с.

3. Крупєй К. С. Біоіндикативні можливості пігментосинтезувальних дріжджів роду *Rhodotorula* при забрудненні довкілля важкими металами / К. С. Крупєй, О. Ф. Рильський // Питання біоіндикації та екології. – Запоріжжя : ЗНУ, 2014. – Вип. 19, № 2. – С. 236-245.

Панова Інна
студентка 4 курсу біологічного фак-ту
Наук.кер.: д. б. н., проф. Бовт В. Д.

ОСОБЛИВОСТІ МОРФОЛОГІЧНИХ ЗМІН ЕПІТЕЛІАЛЬНИХ КЛІТИН СЛИЗОВОЇ ОБОЛОНКИ ПІХВОВОЇ ЧАСТИНИ ШИЙКИ МАТКИ У ЖІНОК РЕПРОДУКТИВНОГО ВІКУ

По частоті серед злоякісних пухлин жіночих полових органів рак шийки матки займає друге місце. Відомо, що онкологічні захворювання є найбільш поширеними після серцево-судинних і характеризуються високою смертністю. [Базарнова М. А., 1991]

Виникнення і розвиток патологічних станів піхвової частини шийки матки – складний і тривалий процес, багато сторін якого ще недостатньо вивчені. Найбільш часто раковому процесу передують ектопії, лейкоплакії, запальні процеси та інші ураження шийки матки. Незважаючи на те, що рак шийки матки в даний час вважається здоланою формою патології, у структурі гінекологічної захворюваності він залишається на першому місці.

Одночасно при патології шийки матки підвищується частота безпліддя, спонтанних абортів, передчасних пологів, інфікування плода, ускладнень в пологах та післяпологовому періоді. У цьому зв'язку можна сказати, що проблема жінок з фоновими та передраковими захворюваннями шийки матки не втратила актуальність і сьогодні. Потрібно пам'ятати, що основним принципом діагностики і лікування при ураженнях шийки матки повинна бути своєчасна ліквідація патологічного процесу як можна раніше. [Гойда Н.А., 2002, Daniel L., 2014]

Запальні процеси різної етіології є найчастішими фоновими, для розвитку передракових станів та раку процесами.

Метою дослідження роботи було визначити особливості морфологічних змін епітеліальних клітин слизової оболонки піхвової частини матки у жінок різного репродуктивного віку.

Методи дослідження у роботі: теоретичний, цитологічний, мікроскопічний, експериментальний, морфологічний.

Матеріалом дослідження у даній роботі були цитоморфологічні ознаки змін епітелію слизової оболонки шийки матки при патологічних процесах у жінок репродуктивного віку при профілактичному онкоосмотрі. Молоді жінки – 16-20 років, жінки зрілого віку – 21-50 років.

У дослідженні використовувалися дані централізованої цитологічної лабораторії м. Мелітополя при проведенні цитологічного дослідження жінок, які відвідували гінекологічні кабінети з метою обстеження за 2013-2015 роки.

Було виявлено, що вірус папіломи людини виявлений у всіх вікових категоріях. У зв'язку з раннім початком статевого життя серед дівчат 16-19 років, незрілістю епітелію слизової оболонки шийки матки дуже часто починає прогресувати вірус папіломи людини, який провокує зростання онкологічних захворювань у дуже молодому віці (що підтверджено науково).

Фонові патології зустрічаються, як у дівчаток пубертатного періоду, так і у жінок зрілого віку. Віковий пік захворюваності на CIN II у віці 31-40 років. Пік захворюваності на CIN III, на рак – 45-50 років. Але можливе і «омолодження» раку із-за високих факторів риску виникнення захворювання. Відомі випадки захворювання РШМ у молодих жінок 23-25 років, у яких пухлина розвивається дуже стрімко. [Болгова Л. С., 2007]

На підставі даних по цитологічному скринінгу з'ясовано, що в даний час не існує вікових кордонів захворюваності на рак шийки матки, тому що існує багато факторів ризику розвитку РШМ. Це пов'язано з необізнаністю молодих жінок з веденням статевого життя, халатним відношенням до свого гінекологічного здоров'я.

Література

1. Базарнова М. А. Руководство по клинической лабораторной диагностике. Часть 1-2. – Киев, 1991 г.-С. 5-8, 60-70.
2. Болгова Л. С., Туганова Т. Н., Воробьева Л. И., Жилка Н. Я. Махортова М. Г. Цитологический скрининг рака шейки матки (Пособие для врачей) – Киев, 2007-С. 3-4.
3. Ганина К. П., Коханевич Е. В., Мельник А. Н., Диагностика предопухолевых и опухолевых процессов шейки матки.-Наукова думка, Киев, 2004.- 178 с.
4. Daniel L., Clarke-Pearson et al. Green`s gynecology.- Boston, 2014- P. 604

Панченко Артур
студент 5 курсу, біологічного фак.-ту
Наук. кер. :к.х.н, доц. Синяєва Н.П.

ДОСЛІДЖЕННЯ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ ВОДИ СТАВКІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

В наступний час водні ресурси Запорізької області є важливішими осередками для розведення раків цінних безхребетних тварин. Вони користуються великим попитом за свої харчові цінності, а також можуть бути біологічними індикаторами екологічного благополуччя водойм для розведення гідробіонтів всіх видів [Паламарчук М.М, 2001]

В наших дослідах ставків Запорізької області приділена увага дослідженню вмісту металевих іонів (Fe, Mn, Cu) що виливають на якість кормової бази раків і токсичного елементу Pb.

Купрум, манган, ферум, свинець у процесі міграції в формі комплексних сполук збільшують акумуляцію іонів металів за рахунок переходу їх із дна водойм в кормові ресурси і накопичуються в організмі раків.

Основні джерела забруднення водойм металічними елементами – металургія, машинобудування, пестициди, мінеральні добрива. Головне джерело забруднення водойм – кислотні дощі (спостерігається зниження pH води до кислого середовища і сприяє утворенню малорозчинних сполук) гідрокарбонати, карбонати та інші.

Доведено, що раки дуже чутливі до чистоти води, лужності, жорсткості та pH. Існує припущення, що підвищення жорсткості до 12-15° погіршує засвоєння їми харчової бази особливо Ca, Na, K. Тому для ефективного корегування аквакультури ставків потрібен контроль як металевих елементів в тому числі лужних, жорсткості та pH.

Для контролю вмісту Fe, Cu, Mn, Pb, Na, K нами розроблена мультиелементна методика. При розробці методики увага приділена пробовідбору. Проби для досліджень відбирали протягом сезону по висоті ландшафту, верхньої та данної частини ставків.

Розробку методики на металеві елементи проведено на спектрофотометрі Hitachi 180-80 [Синяєва Н.П., 2015]

Встановленно, що вміст Fe, Mn, Cu, Pb не перевищує встановлених норм ГДК.

Вперше дослідження в водоймах для розведення раків вмісту натрію та калію, що відповідальні за лужність води. В ставках с.Токмачка, с. Червонокозаче Запорізької області їх вміст натрію – 1140 – 1170 мг/л ; K – 3,65 – 4,02 г/л.

Жорсткість і pH води відповідала нормам для малих водойм [Ю. Харчук, 2007]

Таким чином, водойми с.Червонокозаче та с. Токмачка пригодні для розведення раків.

Література

1. Паламарчук М.М. Водний фонд України / М.М. Паламарчук, Н.Б.Запорчевна – К.:Ніка – Центр, 2001.- 392с
2. Синяєва Н.П. Дослідження вмісту іонів феруму,мангану,купруму в ставках для розведення гідробіонтів(раків) Запорізької області с.Червонокозаче, /Н.П.Синяєва //Питання біоідикації та екології. – Запоріжжя : ЗНУ, 2015 с.72-82
3. Харчук Ю. Розведення раків.Фенікс,-2007.-286с.

Петров Семен
студент 3 курсу, біологічного фак.-ту
Наук. кер. к.х.н., доц. Синяєва Н.П.

КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ НАФТОПРОДУКТІВ

В наступний час збільшилась потреба використання нафтопродуктів, в зв'язку з тим, що спостерігається фальсифікація нафтопродуктів, нашою метою стає дослідження джерел постачання нафтопродуктів в місті Запоріжжі.

Згідно з поточними науковим уявленням, нафтові запаси виникли в Юрському і Меловом періодах (від 200 до 65 млн. роківназад) з мікробактерійної флори і фауни, що жила в морях. Тоді як деякі з мертвих органічних залишків були безпосередньо мінералізовані або розкладені, інша частина опустилася на морське дно.

Важливість нафтопродуктів і їх похідних відбивається у великій кількості стандартів, що відносяться до них. Компанія Metrohm, будучи ведучим виробником приладів для іонного аналізу, пропонує перевірене часом "Ноу-хау" в сфері забезпечення якості нафтопродуктів. При оцінці якості нафтопродуктів визначають кислотне і лужне число потенціометричним титруванням з електродом Solvotrode, а при визначення сірки і сполук сірки методом потенціометричного титрування з електродом Ag Titrode.

Число омилення (SN) служить, головним чином, для визначення змісту складних ефірів жирних кислот в зразку.

Бромне число (BN) і бромистий індекс (BI) показують зміст в нафтопродуктах ненасичених сполук (зазвичай подвійних зв'язків C-C). В цьому випадку бром приєднується по подвійному зв'язку. Показник BI вказує, скільки міліграмів брому (Br2) зв'язується 100 г зразка.

Гідроксильне число (OHN) показує кількість мг KOH, що відповідає гідроксильним групам в 1 г зразка. Найчастіше методом визначення гідроксильного числа являється обробка зразка ацетангідридом в піридині з подальшим титруванням утвореної оцтової кислоти. Кип'ячення із зворотним холодильником на протязі однієї години є досить важко автоматизованим процесом. Крім того, серйозним недоліком цього методу являється використання шкідливого для здоров'я піридину.

Вода є присутньою в якості домішки практично в усіх нафтопродуктах. Вона погіршує мастильні властивості, викликає руйнування олії мікроорганізмами, веде до утворення суспензій в резервуарах і сприяє корозії заліза і інших металів. Тоді як при високих температурах вода кипить і сприяє частковому знежиренню, температури нижче точки замерзання ведуть до утворенню кристалів льоду і швидкому погіршенню мастильних властивостей. Окрім того, ізоляційні і трансформаторні олії, використовувані у високовольтній техніці, стають електропровідними і тому абсолютно даремними при наявності води. У зв'язку з цим, інформація про присутністьводи в нафтопродуктах має первинне значення у наших дослідженнях.

Література

1.Денисов К.И. Ковалев Г.И. окисление и стабилизация реактивных топливю.-Москва.: Наука 1983.- 350 С.
2.Печуро Н.С. Химия и технология синтетического и жидкого топлива, 1986.- 349 С.

Руденко В'ячеслав
студент 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., ст. викл. Петруша Ю.Ю.

СТАН ЗАБРУДНЕННЯ ГРУНТІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ КСЕНОБІОТИКАМИ

Однією з найбільш актуальних проблем сучасності є охорона навколишнього середовища. Ця проблема загострилась в 20 столітті, коли розгорнувся масовий бурхливий розвиток транспорту, а також недосконаліть технічних процесів призвели до забруднення

атмосфери, води і ґрунту. У боротьбі за життєвий простір людина створює засоби боротьби зі шкідниками, або пестициди, які є дуже небезпечними. В Україні налічується близько 30000 тон заборонених до використання пестицидів. Також ґрунт забруднюється сполуками важких металів, дьогтем, вибуховими й радіоактивними речовинами, горючими матеріалами. У зв'язку з цим, існує необхідність аналітичного контролю об'єктів навколишнього середовища, що зазнають негативного впливу різноманітними заруднюючими агентами.Небезпека забруднення ґрунту хімічними речовинами пов’язана з їх токсичними властивостями, стабільністю в ґрунті і водоймах, та міграційною здатністю.

Метою нащої роботи було визначення стану забруднення грунтів Запорізької області ксенобіотиками.Для виконання роботи було відібрано 22 проби ґрунту на території Запорізької області (с. Мала Білозірка, с. Стульневе, с. Нижня Хортиця та Шевченківський район м. Запоріжжя).

Визначення pH водної витяжки з грунтів проводили на pH-метрі-міллівольметрі, використовуючи скляний комбінований електрод. β- та γ-випромінювання грунтів аналізували за допомогою дозиметру-радіометру «ТЕРРА».Якісне визначення хлорвмісних пестицидів було виконано за допомогою тонкошарової хроматографії.

Визначення загальної токсичності грунтів проводили методом біотестування, який дозволяєотримати токсикологічну характеристику природного середовища незалежно від складу забруднюючих речовин[1]. Використовували насіння овса посівного, що є універсальною індикаторною культурою.Визначали схожість та енергію проростання насіння.

Дослідження показали, що в усіх досліджуваних пробах грунтів реакція середовища нейтральна (6,7-7,35), що характерно для чорноземів та відповідає даним літератури.β- та γ-випроміненняусіх проб грунту Запорізької областітакож знаходяться в межах норми.

Результати визначення загальної токсичності грунтів свідчать, що найменше пригнічення схожості насіння вівса спостерігалося в ґрунті з села Мала Білозірка (5-25 %). В інших пробах рівень пригнічення становив 25-40 % відносно контролю (дистильована вода). Але в усіх досліджуваних пробах спостерігалось значне пригнічення енергії проростання насіння: від 21,1 % до 68,4 % відносно контролю. Також спостерігалась тенденція до зменшення енергії проростання насіння вівса зі збільшенням глибини проби: найменше значення енергії проростання характерно для глибини 15 см. Це може бути пов’язано зі збільшенням із часом вмісту рухомих форм важких металів у нижніх шарах ґрунту. Хлорорганічні пестициди, зокрема ДДТ, також з часом мігрують у нижні шари ґрунту.Швидкість міграції пестицидів залежить від вологості ґрунту, його типу, pH, температури та чисельності мікроорганізмів [2].

При виконанні тонкошарової хроматографії в 6 пробах з сел Нижня Хортиця та Стульневе було виявлено Cl-вмісні пестициди, Rf яких за данними літератури відповідає наступним сполукам: дільдрін, δ-ГХЦГ, гептахлор, альдрін, кельтан [3].

Таким чином, одержані результати вказують на наявність залишків хлорвмісних пестицидівта середню токсичність досліджуваних ґрунтів Запорізької області. Це свідчитьпронеобхідність постійного аналітичного контролю об’єктів навколишнього середовища, що зазнають антропогенного впливу.

Література

1. Горон М. Фітотестуванняяк експрес-метод оцінки токсичності нафтозабруднених ґрунтів / М. Горон, Н. Джура, О. Романюк [та ін.] //Вісник Львівського університету. Серіябіологічна. – 2012. – Випуск 58. – С. 185–192.

2. Санін С. А. Пестициди: [довідник] / В.А. Санін, А.Ф. Грапов. – К.: Техніка, 1985. – 135 с.

3. Методы определения микроколичеств пестицидов в продуктах питания, кормах и внешней среде: справочное издание / Мин-во сельского хоз-ва СССР / Под ред. М.А. Клисенко. – М.: Колос, 1983. – 304 с.

Руднева Анна
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту,
Вовк Алла
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., ст..викл. Левчук Г.М.

ВИКОРИСТАННЯ ПРЕДСТАВНИКІВ РОДУ *LINUM* L. В КВІТКОВОМУ ДИЗАЙНІ

Льон досить посухостійка і світлолюбна рослина, крім того, різні види льону мають квіти різного забарвлення – від синього та жовтого до рожевого та червоного. Тому літньою спекою льон не втрачає своїй декоративності. Цвітіння досить тривале спочатку червня до кінця липня [1]. У озелененні його використовують в створенні міксбордерів, кам'янистих садів, альпінаріїв, а також для зрізання – букет з льону відрізняється особливою легкою ніжністю і красою. Кущ льону багаторічного посеред газону, що окремо стоїть, - чарівна, оригінальна прикраса. У внутрішньому дворику льон багаторічний доречний як горшечна культура. Якщо ділянка перезволожена і страждає затінюванням то там краще себе почуватиме Льон жовтий (*L. flavum*) - рослина заввишки до 40 см із золотисто-жовтими кольорами.

Період цвітіння є найважливішою ознакою, що визначає тривалість збереження рослинами естетичної привабливості. Дикий види льону цвітуть тривалий час. Після завершення періоду цвітіння рослина зберігає естетичну привабливість вегетативної частини, що є позитивною рисою для використання в озелененні.

У декоративному садівництві використовуються декілька багаторічних видів [2, 3]:

Льон австрійський – *L. austriacum*. Багаторічний вид з розгалуженим кореневищем, що зустрічається в Середземномор'ї і південних областях Європи. Красиві блакитні п'ятипелюсткові квіти, зібрані в вільчаті суцвіття, піднімаються на висоту до 50 см. Цвітіння починається в травні-червні.

Льон жорстковолосистий –*L. hirsutum*. Вид, відрізняється від останнього світло-бузковим забарвленням пелюсток, на яких добре помітні темні жилки та былшим розміром квітів.

У квітниках вирощують інший льон – червоний. Це льон великоквітковий – *L. grandiflorum*. Рослини однорічні, з тонкими гіллястими у верхній частині стеблами висотою від 40 до 80 см. Численні квітки - коліщата діаметром 3-4 см розташовуються на кінчиках гілочок. Забарвлення їх криваво-червона, текстура шовковиста. З однорічного льону красиві рабатки, групи на газоні. Він використовується в миксбордерах, включається до складу сумішей для квітучого газону.

Частіше всіх зустрічається в садах льон багаторічний (*L. perenne*). У нього тонкі, міцні, гіллясті стебла висотою 50-70 см. Квітки світло-або яскраво-блакитні, близько 2 см в діаметрі. Зацвітає він у червні і цвіте до серпня дуже рясно. Він дуже зимостійкий. Він не дуже довговічний, добре росте й цвіте протягом 3-5 років, а потім його потрібно відновлювати насінням. Ця рослина дуже красиво у міксбордерах і рокарії.

Також використовується у створенні декоративних композицій льон жовтий – *L. flavum*, який відрізняється живтим кольором листя та більш крупнішими кущами. Цей вид багаторічний, полюбляє затінок, тому може досить добре себе почувати у затінку дерев та кущів.

Але це не єдиний декоративний вигляд серед великого роду. У роді Льон (*Linum* L.) налічується більше 200 видів[4, 5]. По більшій частині це багаторічні трав'янисті рослини, інколи і напівчагарники. Деякі з них цілком придатні для прикраси садів. Забарвлення віночка частіше блакитна, різного відтінку, у деяких видів - жовта. Зустрічаються форми з білими і рожевими квітками.

Література
1. Живетин В.В. Лен и его комплексное использование / В.В Живетин, Л.Н. Гинзбург, О.М. Ольшанская . – М.: Информ – Знание, 2002. – 400с.
2. Лях В.А. Ботаническое и цитогенетические особенности видов рода Linum L. Биотехнологические пути работы с ними / [Монография] В.А Лях, А.И.Сорока.– Запорожье: Запорожский национальный университет, 2008. – 182 с.
3. Юзепчук С. В. Лён — *Linum*/ С.В. Юзепчук // Флора СССР. В 30 т / Начато при руководстве и под главной редакцией акад. В. Л. Комарова; Ред. тома Б. К. Шишкин и Е. Г. Бобров. – М. –Л.: Изд-во АН СССР, 1949. — Т. XIV. – 790 с.
4. Жученко А.А. Мировой генофонд льна и основные направления его использования в отрасли / А.А. Жученко, Т.А. Рожмина // Лен и конопля. 1998. – № 2. – С. 9-18.
5. ЛяхВ.А. Види рода *Linum* L. для декоративного использования / А.В. Лях, И.А. Полякова, М.Н. Ягло// Запорожский медицинский журнал. – Т.2, №2. – 2008. – С. 90-91.

Самойлович Даниїл
студент 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Яранцева В.В.

ОСОБЛИВОСТІ БУДОВИ ХЛОРОФІЛЬНИХ МУТАНТІВ ЛЬОНУ ОЛІЙНОГО НА СТАДІЇ СХОДІВ

Протягом багатьох років для вивчення складного процесу фотосинтезу в цілому та його окремих етапів використовуються рослини зі зміненим забарвленням. Дуже цікавим об’єктом для вивчення фізіолого-біохімічних аспектів фотосинтезу є мутанти льону, отримані в ході досліджень з експериментального мутагенезу. Льон – важлива у світі технічна та олійна культура. Лляна олія використовується у харчуванні, медицині, виробництві олійних фарб, оліфи, лінолеумі тощо [1]. Різноманіття зон вирощування та напрямків використання культури зумовлює необхідність створення різноманітних сортів льону обов’язково з високими показниками фотосинтетичної активності для створення великого урожаю.

Тому метою роботи було вивчити особливості будови фотосинтетичного апарату хлорофільних мутантів льону олійного на стадії сходів у порівнянні з контролем. В умовах фітотрону вирощували контрольний зразок Циан та його мутантні лінії: М-80 – *viridis,* М-81 – *xantha,* М-84 – *xantha-viridis.* [2]. Морфологію пластидного апарату листків вивчали за методикою А.Т. Мокроносова [3].

В ході наших досліджень було виявлено, що хлорофілдефіцитні мутанти мають змінений пластидний апарат мезофілу листка. Рівень змін залежить від типу хлорофільної недостатності, а саме: у всих мутантів зменшуються розміри хлоропластів, у рослин типу *xantha* (М-81) зменшення є найбільш суттєвим. У всих досліджуваних рослин хлоропласти мали овальну форму та розміщувались по всій площині клітини. На стадії сходів не спостерігалося зміни форми хлоропластів, яку було виявлено в справжніх листках хлорофільних мутантів на пізніх етапах онтогенезу [4].

Література
1. Гаврилюк М. М. Олійні культури в Україні / М. М. Гаврилюк, В. Н. Салатенко, А. В. Чехов; За ред. А. В. Чехова. – К.: Основа, 2007. – 416с.
2. Лях В. А. Индуцированный мутагенез масличных культур / В. А. Лях, И.А Полякова, А.И. Сорока. - Запорожье: ЗНУ, 2009. – 266 с.
3. Мокроносов А. Т. Методика количественной оценки структуры и функциональной активности фотосинтезируемых тканей и органов / А. Т. Мокроносов, Р. А. Борзенкова // Тр. По прикладной ботанике, генетике и селекции. – 1978 - вып. 3. – С. 119-133.
4. Яранцева В.В. Характеристика пластидного апарата хлорофилльных мутантов льна масличного / В.В. Яранцева, В.А. Лях //Вісник ЗНУ: Збірник наукових праць. Біологічні науки. – Запоріжжя: ЗНУ. – 2014. – № 2. – С. 39-46.

Світилко Ігор
студент 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер. к. б. н., доц. Полякова І. О.

МЕТОДИ СЕЛЕКЦІЙНОЇ РОБОТИ З ЛЬОНОМ ОЛІЙНИМ

Поширеними методами селекції є добір, гібридизація з використанням використанням гетерозису та цитоплазматичної чоловічої стерильності поліплоїдія та мутагенез.

Гібридизація - основний метод селекції рослин. Гібридизація дозволяє збільшити спадкову мінливість шляхом отримання нових комбінацій генів в результаті схрещування. Найбільш виправданим і найпоширенішим для культурних рослин у світовій селекційній практиці, зокрема і в Україні, є метод міжсортової гібридизації. Міжлінійна гібридизація - схрещування гомозиготних ліній. При цьому спостерігається комбінативна мінливість, виявляється ефект гетерозису. Віддалена гібридизація (аутбридинг) - це схрещування рослин, що відносяться до різних видів і родів. Віддалена гібридизація особливо схрещування представників культурних і дикозростаючих видів, дозволяє не тільки покращувати сорти існуючих культурних рослин, але і створювати абсолютно нові, невідомі раніше сільськогосподарські культури [1].

Прискорення створення високоврожайних сортів і гібридів є однією з важливих проблем в селекції будь-якої сільськогосподарської культури. Багато в чому тривалість селекційного процесу обумовлена відсутністю простих і надійних методів оцінки та відбору цінних генотипів на різних його етапах [2].

Льон олійний (*Linum humile* Mill.) з кожним роком займає все більші площі вирощування в Україні. Найбільші площі посівів цієї культури зосереджені в південних та східних областях [3]. Такі позитивні якості, як короткий вегетаційний період, посухостійкість і стійкість, до осипання дають можливість вирощувати ці сорти в різних зонах України.

Останніми роками створено ряд високопродуктивних сортів різними методами [2,3] (табл.)

.

Метод створення	Сорт
Мікрогаметофітний добір	Південная ніч
Експериментальний мутагенез	Айсберг, Золотистий, Ківіка, Патрицій
Індивідуальний добір з колекційного зразка	Дебют
Гібридизація з наступним добором	Орфей, Славний, Водограй

Однак, на нашу думку, у льону олійного використані ще не всі можливості методу міжсортової гібридизації при створенні нових сортів і перспективного вихідного матеріалу. Тому нами була закладена система схрещувань сортів Південна ніч та Айсберг з іншими комерційними сортами: Південна ніч × Орфей; Південна ніч × Дебют; Південна ніч × Патрицій; Південна ніч × Водограй; Південна ніч × Світлозір; Південна ніч × Славний; Південна ніч × Золотистий; Південна ніч × Ківіка; Айсберг × Орфей; Айсберг × Дебют; Айсберг × Патрицій; Айсберг × Водограй; Айсберг × Світлозір; Айсберг × Славний; Айсберг × Золотистий; Айсберг × Ківіка.

Крім того, ми провели серію прямих та реципрокних схрещувань між сортами Південна ніч і Айсберг. Проводиться аналіз ефективності гібридизації із застосуванням різних типів схрещування.

Література

1. Бугайов В.Д. Спеціальна селекція польових культур: Навчальний посібник / В.Д. Бугайов, С.П. Васильківський, В.А. Власенко та ін. – Біла Церква, 2010. – 368 с.

2. Лях В.А. Теоретические основы создания сортов льна масличного запорожской селекции // Науково-технічний бюлетень Інституту олійних культур НААН. - № 20. - 2014: - С. 62-71.
3. Полякова І.О., Сьоміна Р.С., Ягло М.М. Насінництво льону олійного// Насінництво. – № 12 (48). – 2006. – С. 23.

Семенова Анастасія
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер. к. с-г. н., Дерев'янко Н.П.

ВПЛИВ ВІТАМІНІВ НА ЯКІСТЬ РОЗСОЛУ РОЗСОЛЬНИХ СИРІВ ПРИ ЗБЕРІГАННІ

Розсільний сир – молочний продукт, різновид сичужного сиру, що дозріває і зберігається в розсолі. Розсільні сири за структурою мають водянисту консистенцію від ніжної та м'якої (для малої концентрації солі в розсолі) до щільної при високому вмісті солі. Це – гострі, солоні сири з яскраво вираженим кисломолочним присмаком. До розсільних сирів належать бринза, сулугуні, чечіль та інші.

Харчова цінність продукту має найбільш широке значення, оскільки включає вміст в продукті основних хімічних речовин, ступінь їх засвоєння і енергетичну цінність, їх смакові властивості і нешкідливість.

На даний час в молокопереробній промисловості відомий ряд способів виробництва бринзи. В основу поставлено задачу розробити розсольний сир, який виготовляється шляхом сквашування молока закваскою «Meito», внесення хлористого кальцію та внесенням вітамінного комплексу, який містить вітаміни А, Е, B_1, B_2, B_6, B_{12}, С, фолієву кислоту, рутин, нікотинамід, дозволяє одержати новий високоякісний сир з оригінальними специфічними органолептичними і фізико-хімічними властивостями; розширити асортимент сучасних видів продукції профілактичної дії.

У зв'язку з тим, що кислотність розсолу безпосередньо впливає на якісні показники готового продукту, проведено дослідження кислотності розсолу бринзи, а саме вплив вітамінів на готовий продукт і на термін його зберігання. За результатами дослідження на початок формування сиру кислотність становила 27°Т, за 4 доби вона знизилася до 24,5°Т, а через 15 діб змінилася до 32°Т порівняно з контролем де показники були вищі, що дає можливість зробити припущення що, якість даного розсольного сиру змінюється під впливом вітамінів та збільшується термін його придатності і збагачується його вміст додатково вітамінами.

Скорик Анастасія
студентка 5 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.х.н., доц.Луганська О.В.

ЕКСТРАКЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КАТІОНУ АЛКІЛДИМЕТИЛБЕНЗИЛАМОНІЙ ХЛОРИДУ НА МЕЖІ РОЗПОДІЛУ ФАЗ ВОДА-НІТРОБЕНЗЕН

Застосування іоноселективних електродів (ІСЕ) є одним із сучасних напрямків аналітичної хімії. Вибірковість, швидкість визначення дозволяють їх використовувати в хімічній технології, медицині, біології, при вивченні об'єктів навколишнього середовища та інших областях [1, с.101-104].

В основі іонометрії лежить процес розподілу заряджених частинок, що аналізують і розчином мембранної фази, який обумовлює виникнення потенціалів на межі розділу цих фаз. Електродно-активні сполуки фактично ідентичні за складом сполук, що утворюються при екстракції [2, с. 383-389].

Актуальність даної теми полягає в тому, що потенціометричний метод аналізу із застосуванням іонселективних електродів широко використовується в сучасному світі. Перевагами даного методу є експресність, простота виконання, висока чутливість до аналізованої речовини, невелика вартість необхідного для аналізу обладнання, а також можливість проведення аналізу за фізіологічно активною частиною молекули.

Об'єктом дослідження є катіон алкілдиметилбензиламоній хлориду (рис.1). Він має дисперсійні і проникаючі властивості. Усуває шлам і водорості, володіє низькою токсичністю, розчинний у воді, зручний у використанні, не залежить від жорсткості води. Проявляє бактерицидну активність щодо стафілококів, стрептококів, грамнегативних бактерій, анаеробних бактерій, грибів і цвілі [3, с. 200].

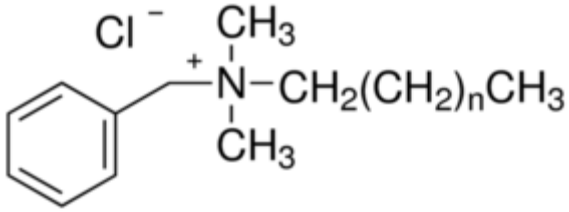


Рис. 1Алкілдиметилбензиламоній хлорид.

Для експериментального визначення коефіцієнту екстракції проводять екстракцію катіону алкілдиметилбензиламонійхлориду, струшуючи в ділільній лійці 10 $см^3$ 0.01 М розчину поверхнево-активної речовини (ПАР) з 5.0 $см^3$ мембранного розчинника (нітробензену) протягом 10 хв. Як титрант використовують 0.0500 н розчин $AgNO_3$. Титрант додають до водної фази порціями по 0.2 $см^3$, а біля точки еквівалентності – порціями по 0.02 $см^3$ при безперервному перемішуванні магнітною мішалкою. Закінчують титрування після різкого стрибка потенціалу.

Для перевірки правильності отриманих результатів було використано титриметричний метод з візуальною фіксацією точки еквівалентності за допомогою індикатору метиленового синього.

Розрахунок коефіцієнту екстракції k^{ext} катіону алкілдиметилбензиламоній хлориду між водною фазою та шаром органічного розчинника проводили за формулою:

$$k^{ext} = C_o/C_в$$

З метою перевірки відтворюваності результатів дослідження було проведено 10 паралельних дослідів та зроблена статистична обробка даних (p=0,95; n=10).

Встановлено значення коефіцієнту екстракції катіону алкілдиметилбензиламоній хлориду на межі розподілу фаз вода-нітробензен методом потенціометричного титрування зі срібним електродом, яке дорівнює (0,2401±0,0051).

Правильність результату, отриманого потенціометричним титруванням, доведена титриметричним методом з візуальною фіксацією точки еквівалентності за допомогою індикатору метиленового синього. Коефіцієнт екстракції, встановлений цим методом, дорівнює (0,2239±0.0078).

Статистична обробка даних показала високу відтворюваність результатів (S = 0,0072, S(r) = 0,0300 для методу потенціометричного титрування зі срібним електродом; S = 0,0109, S(r) = 0,0487 для титриметричного методу з візуальною фіксацією точки еквівалентності за допомогою індикатору метиленового синього), причому значення, отримані методом потенціометричного титрування, мають кращу відтворюваність, ніж результати, одержані титриметричним методом.

Література

1. Луганська О.В., Омельянчик Л.О., Синяєва Н.П. Електрохімічні та аналітичні характеристики електрода, оберненого до аніону натрієвої солі 4-метилхінолін-2-іл-гідразонгліоксалової кислоти. Українській хімічний журнал. 2014,Т. 80, №9-10, с. 101-104.

2. Шведене Н.В., Бельченко Н.Н., Старушко Н.В., Жидкостные мембранные электроды на основе азосоединений для определения органических анионов. Вестник Московского университета. 1998, Т.39, с. 383-389.

3. Абрамзон А.А. Поверхностно-активныевещества. Синтез, анализ, свойства, применение: учеб. пособие для вузов / АбрамзонА.А., ЗайченкоЛ.П., Файнгольд С.И. – Л.: Химия, 1998, С. 200.

Сокирко Надія
студентка 1 курсу (спеціаліст) біологічного фак-ту
Наук. кер.: д.б.н., проф. Бовт В.Д.

МОРФОФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОКАЗНИКІВ СПЕРМИ ТА КОНЦЕНТРАЦІЯ ПРОСТАТИЧНОЇ КИСЛОЇ ФОСФАТАЗИ СИРОВАТКИ КРОВІ ПРИ ХРОНІЧНИХ ЗАХВОРЮВАННЯХ РЕПРОДУКТИВНОЇ СИСТЕМИ

Інфекційні та запальні процеси, що протікають в передміхуровій залозі у чоловіків - одна з найбільш поширених причин чоловічого безпліддя. Найчастіше запальні захворювання чоловічої репродуктивної системи виявляються у вигляді простатиту або везикуліту, а найбільш частим видом вражаючого агента є інфекційні захворювання, що передаються статевим шляхом [Быков В.Л., 2000].

Запальні процеси є основною причиною порушення сперматогенезу – процесу вироблення сперми. Унаслідок різних запалень (простатиту, уретриту, везикліту й інших) значно знижується рухливість сперматозоїдів, знижується якість сперми. А це неминуче, якщо не відразу призводить до неплідця, то вже гарантує низьку ймовірність зачати дитину. У 40–60% хворих, які перенесли гостре запалення статевих органів, порушується їхня функція, настає атрофія сперматогенного епітелію і неплідця [Юнда И. Ф., 1990].

При хронічному простатиті часто спостерігається зменшення кількості сперматозоїдів, зниження їх рухливості. Також є прямий зв'язок між строком захворювання і дефектами сперматозоїдів. Однією з ознак простатиту є зниження здатності до продовження роду. Інтоксикація при запальному або інфекційному процесі веде до погіршення біоактивності еякуляту, а саме до зниження рухливості і тривалості життя сперматозоїдів, а також збільшення концентрації простатичної кислої фосфатази. Якщо вчасно не усунути запально - інфекційний процес, він може привести до змін у сім'явивідних шляхах, що призводить до порушення нормального перенесення сперматозоїдів. Простатит впливає на безпліддя, і часто це обидві проблеми, які супроводжують одна одну [Сосновский А.В., 2003], [Jingdong S., 2002].

Біоматеріал для дослідження був взятий на базі приватного медичного центру, доставлявся безпосередньо в лабораторію, де було проведено дослідження еякуляту, сироватки крові пацієнта.

Метою роботи було дослідити морфологічні і функціональні зміни параметрів еякуляту та концентрацію простатичної кислої фосфатази сироватки крові чоловіків репродуктивного віку при хронічних захворюваннях репродуктивної системи.

У даній роботі було використано наступні методи: макро - та мікроскопічне визначення показників, дослідження параметрів еякуляту за допомогою автоматичного аналізатора фертильності сперми, електрохемілюмінісцентне визначення концентрації простатичної кислої фосфатази (ПКФ).

Дослідження морфофункціональних особливостей показників сперми та визначення ПКФ при хронічних захворюваннях були проведені у продовж 2014-2015 років. Під час проведення експерименту обстежено 20 практично здорових та 40 чоловіків репродуктивного віку, що мали симптоми запальних процесів статевої системи та попередній діагноз простатит і везикуліт. Середній вік пацієнтів, що звернулись у лабораторію, складав 30,4 ± 5,2 років.

В ході роботи було виявлено функціональні зміни сперми при хронічних захворюваннях статевої системи чоловіків, що впливають на всі параметри еякуляту, в основному знижуючи якість сперми, що є головною причиною чоловічого безпліддя. Встановлені попередні діагнози, вказані у скеруваннях пацієнтів, повністю відповідають отриманим результатам спермограми та значенням концентрації ПКФ.

Показано, що у хворих на хронічний простатит спостерігається зменшення об’єму, підвищення її в’язкості та часу розрідження, відхилення показників pH, знижується

рухливість сперматозоїдів та порушується їх морфологія, а при хронічному везикуліті зменшується об'єм та pH.

Далі для підтвердження діагнозу було визначено рівень ПКФ у сироватці крові у групі пацієнтів із симптомами запальних захворювань статевої системи та у групі практично здорових чоловіків. Виходячи із отриманих даних очевидно, що у групі здорових пацієнтів концентрація ПКФ у межах норми, а у хворих пацієнтів показано, що концентрація збільшена майже у 2 рази.

Було встановлено, що морфологічні параметри сперми пацієнтів із простатитом та везикулітом мали значні відмінності від норми, а також виявлені функціональні зміни сперми при хронічних захворюваннях статевої системи чоловіків. Досліджено, що у наслідок різних хронічних запалень знижується якість сперми, а це може бути однією з основних причин порушення сперматогенезу та може призвести до безпліддя чоловіка. Також отримані результати концентрації ПКФ у хворих пацієнтів значно були вищі, що беззаперечно вказують на достовірно встановлений попередній діагноз лікарем – простатит та везикуліт у відповідних дослідних групах.

Література

1. Юнда И. Ф. Бесплодие в супружестве/ Юнда И. Ф. - М.: Здоровье, 1990. – 463 с.
2. Быков В.Л. Сперматогенез у мужчин в конце XX века (обзор литературы)// Пробл. репрод., 2000. - №1 - 13 с.
3. Сосновский А.В. Половая система в норме и патологии/ Сосновский А.В. - М.:ЛИРА,2003. – 10-50 с.
4. Jingdong S. Transcriptional regulation of the human prostatic acid phosphatase gene/ Jingdong S. - University of Oulu, 2002 – 68 с.

Сорокина Дар'я
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Крупєй К.С.

ВПЛИВ Cr^{6+} ТА Ni^{2+} НА СИНТЕЗ КАРОТИНОЇДІВ У ДРІЖДЖІВ

На сьогоднішній день триває пошук ефективних і економічно вигідних методів індикації забруднюючих речовин у довкіллі. Важкі метали (ВМ) відносяться до найбільш розповсюджених хімічних речовин, які забруднюють навколишнє середовище і негативно впливають на стан живих організмів. Як відомо, мікроорганізми найбільш швидко і чуйно реагують на зміни умов середовища існування [1]. Проте вплив ВМ на одноклітинні еукаріотичні організми вивчений недостатньо. В останній час увагу дослідників привертають дріжджові клітини, особливо ті, які синтезують широкий спектр каротиноїдів та мають здатність виводи ВМ з розчинів. Характер впливу на мікроорганізми ВМ визначається їх концентрацією в середовищі, рівнем токсичності та біологічними властивостями мікробних клітин [2].

Таким чином, метою нашої роботи було дослідити вплив іонів хрому та нікелю на синтез каротиноїдів у дріжджів роду *Rhodotorula*, з можливістю їх подальшого застосування в біоіндикаційних дослідженнях.

Об'єктом дослідження були каротиносинтезувальні дріжджі *Rhodotorula rubra* RA-10, *Rh. aurantiaca* Y-1193 та *Rh. aurantiaca* Y-1195. Культури засівали суцільним газоном на тверде поживне середовище Сабуро, яке готували на основі води з певним вмістом солей 1 класу небезпеки ($K_2Cr_2O_7$, $Ni(NO_3)_2 \cdot 6H_2O$, $NiSO_4 \cdot 7H_2O$ (останню сіль, яка відноситься до 2 класу небезпеки, використовували в досліді з *Rh. rubra* RA-10)). Концентрації розраховували за катіоном металу. Щільність суспензії становила 10^7 кл./мл. Культивування проводили в термостаті за температури 28 °C. На 3 добу культивування візуально проводили облік результатів. Контролем слугували дріжджі без металів. Для розрахунку різниці в інтенсивності кольору (dE) між контрольними і дослідними зразками чашки Петрі з дріжджовими колоніями фотографували, розміщали фотографії у комп'ютерну програму Adobe Photoshop, визначали показники каналів кольорової моделі (Lab), потім у програмі

CIEDE 2000 розраховували різницю в інтенсивності кольору пігменту [Пат. на корисну модель 49812 Україна].

Результати досліджень показали, що дріжджі втрачали здатність до синтезу пігменту з певного концентраційного рівня іонів хрому і нікелю.

Дріжджі *Rh. rubra* RA-10 дуже слабко реагували втратою пігменту за дії іонів нікелю та хрому. За концентрацій Cr^{6+} 10 і 40 мг/дм^3 спостерігався помірний та слабкий ріст рожевих і безбарвних колоній дріжджів (dE була 7 і 16 ум. од.), відповідно. За концентрацій 50 і 60 мг/дм^3 хрому дріжджі втрачали здатність до синтезу пігменту (dE становила 21 та 22 ум. од., відповідно). За концентрації іонів Ni^{2+} 50 та 150 мг/дм^3 спостерігався суцільний та слабкий ріст інтенсивно пігментованих та безпігментних колоній *Rh. rubra* RA-10. Повністю ріст інгібувався за концентрації нікелю 225 мг/дм^3.

У дріжджів *Rh. aurantiaca* Y-1193 за концентрації Cr^{6+} 10 мг/дм^3 був відмічений добрий ріст пігментних та безпігментних колоній. За концентрації хрому 20 мг/дм^3 відмічений слабкий ріст безпігментних колоній. Культура *Rh. aurantiaca* Y-1193 за концентрації Ni^{2+} 50-100 мг/дм^3 втрачала здатність до синтезу пігменту. Концентрація нікелю 125мг/дм^3 спричинила повне блокування росту культури.

У дріжджів *Rh. aurantiaca* Y-1195 за концентрацій іонів Cr^{6+} 10 та 20 мг/дм^3 відмічався добрий та слабкий ріст безпігментних колоній, відповідно. У *Rh. aurantiaca* Y-1195 за концентрації іонів Ni^{2+} 50 мг/дм^3 був відмічений суцільний ріст із добрим пігментоутворенням колоній. За концентрації нікелю 100-125 мг/дм^3 спостерігався слабкий ріст безбарвних колоній. Концентрація 150 мг/дм^3 нікелю викликала повне блокування росту і синтезу пігменту *Rh. aurantiaca* Y-1195. Слід відмітити, що з концентрації нікелю 50 мг/дм^3 дріжджі *Rh. aurantiaca* Y-1195 володіли здатністю поступово зменшувати інтенсивність кольору пігменту (з підвищенням концентрації металу), що слугує добре спостережуваною ознакою для індикації ВМ в середовищі.

Отже, каротиносинтезувальні дріжджі втрачали здатність синтезувати пігмент із певних концентрацій Cr^{6+} та Ni^{2+}, що дозволяє використовувати досліджувані штами дріжджів у біоіндикації при забруднені довкілля ВМ. Стійкість дріжджів *Rh. rubra* RA-10 за дії хрому та нікелю спонукає нас продовжити дослідження з метою виявлення вірогідних механізмів стійкості дріжджових клітин в умовах «металевого» стресу.

Література

1. Тонха О.Л. Моніторинг важких металів у системі ґрунт-рослина-тварина в залежності від обробітку ґрунту / О.Л. Тонха, В.М. Галімова // Науковий вісник Національного аграрного університету. – 2005. – № 81. – С. 200–206.

2. Андреюк К.І. Функціонування мікробних ценозів ґрунту в умовах антропогенного навантаження / К.І. Андреюк, Г.О. Іутинська, А.Ф. Антипчук. – К. : Обереги, 2001. – 240 с.

Сорокина Олександра
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Крупєй К.С.

БІОІНДИКАЦІЯ ПОВЕРХНЕВО-АКТИВНИХ РЕЧОВИН У ВОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЗА ДОПОМОГОЮ ДРІЖДЖОВИХ КЛІТИН

Поверхнево-активні речовини (ПАР) широко застосовуються у господарській діяльності та побуті як мийні засоби, антикорозійні речовини, емульгатори і суспензатори пестицидів, у виробництві мінеральних добрив і кормових добавок, компонентів лікарських препаратів і косметики. Екологічні аспекти використання ПАР поширюються і на очищення водної поверхні від нафти і нафтопродуктів та повітря у шахтах. Практично все населення планети контактує з ПАР, кількість яких у навколишньому середовищі зростає з кожним роком [1]. Інтенсивне використання синтетичних ПАР спричинює забруднення, які можна порівняти із забрудненням нафтою Світового Океану і пестицидами – ґрунту і води, тобто проблема запобігання забруднення навколишнього середовища детергентами має глобальний характер [2].

Через широкий вжиток ПАР у повсякденному житті варто розглянути їхній вплив на живі організми, а саме пігментосинтезувальні дріжджові клітини, з можливістю їх використання в біоіндикації забруднення води ПАР.

Таким чином, метою нашої роботи було дослідити вплив ПАР на синтез пігменту в дріжджів.

Об'єктом дослідження були каротиносинтезувальні дріжджі *Rhodotorula glutinis* Y-1335. Культуру засівали суцільним газоном на тверде поживне середовище Сабуро, яке готували на основі ПАР. Культивування проводили в термостаті за температури 28 ˚С. На 3 добу культивування візуально проводили облік результатів. Контролем слугували дріжджі без додавання ПАР. Для розрахунку різниці в інтенсивності кольору (dE) між контрольними і дослідними зразками чашки Петрі з дріжджовими колоніями фотографували, розміщали фотографії у комп'ютерну програму Adobe Photoshop, визначали показники каналів кольорової моделі (Lab), потім у програмі CIEDE 2000 розраховували різницю в інтенсивності кольору пігменту [Пат. на корисну модель 49812 Україна].

Досліджували вплив на дріжджі миючого засобу «Gala» та прального порошку «Лотос Вінницький». Склад миючого засобу наступний: аніонні ПАР (5 – 15%); неіоногенні ПАР (< 5%); консерванти; ароматизатори; лімонен. Склад порошку «Лотос Вінницький» містить наступні компоненти: сульфати (>30 %); карбонати (15 – 30%); фосфати (5 – 15%); вода (5 – 15%); аніонні ПАР (5 – 15%); силікати (5 – 15%); антиресорбенти (< 5%); фосфонати (< 5%); оптичні вибілювачі; віддушку.

У дріжджів *Rh. glutinis* Y-1335 при концентрації миючого засобу «Gala» 1:60 спостерігався ріст пігментних та безпігментних колоній (dE дорівнювала 15,1±0,3). При концентрації «Gala» 1:30 дріжджові колонії не містили пігменту (dE дорівнювала 19,6±0,02), а при розведенні миючого засобу 1:10 ріст культури повністю блокувався.

У дріжджів *Rh. glutinis* Y-1335 при концентрації прального порошку «Лотос Вінницький» 0,5 г/дм^3 був відмічений суцільний ріст та інтенсивне пігментоутворення колоній. При концентрації порошку 1,7 г/дм^3 спостерігався помірний ріст та слабке пігментоутворення колоній. Культура *Rh. glutinis* Y-1335 при концентрації ПАР 2 г/дм^3 мала слабкий ріст безбарвних колоній. При концентрації прального порошку 2,5 г/дм^3 було зафіксовано повне блокування росту культури.

Отже, дослідження показали, що пігментосинтезувальні дріжджі *Rh. glutinis* Y-1335 володіють здатністю втрачати пігмент за певних концентрацій ПАР, що дозволяє використовувати їх в біоіндикаційних дослідженнях за умов забруднення довкілля ПАР.

Література

1. Березовский В. А. Сурфактанты легкого в норме и патологии / В. А. Березовский. – К. : Наукова думка, 1983. – 237 с.

2. Мудрый И. В. Определение реальной нагрузки поверхностно-активных веществ на организм и ее гигиеническое значение / И. В. Мудрый, Л. Г. Голенкова, Е. В. Раецкая // Гигиена окружающей среды. – К. : КНИИОКГ, 1989. – С. 87–88.

Тевікова Віра
студентка 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Генчева В.І.

ПОТЕНЦІОМЕТРИЧНЕ ТИТРУВАННЯ ПОХІДНИХ ХІНОЛІНУ (ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ)

На сьогоднішній час в області біоорганічної хімії особлива увага науковців приділяється синтезу біологічно активних структур на основі різних азагетероциклів, і вивченню їх фізико-хімічних властивостей.

Для визначення констант іонізації (рКа) сполук досить простим методом є метод потенціометричного титрування. Відомо, що у даному методі реєструють зміну потенціалу індикаторного електроду в процесі титрування досліджуваного розчину

стандартним розчином реагенту, залежно від обсягу останнього. Потенціометричне титрування проводять з використанням кислотно-лужних і окисно-відновних взаємодій, осадження та комплексоутворення.

Метою нашою роботи є аналіз літературних джерел з питань особливостей потенціометричного титрування перспективних біологічно активних сполук (похідних хіноліну).

У роботі [1] авторами запропоновано метод прямого потенціометричного титрування субстанції «Хінотін». Розроблено кількісне визначення субстанції методом потенціометричного титрування. Встановлено, що для визначення концентрації субстанції «Хінотін» поправковий коефіцієнт $K_n = 1,2234 \pm 0,039$.

Авторами роботи [2] синтезована біологічно активна сполука, а саме: калієва сіль (3-(5-метил-1,2,4-триазоло[4, 3-а]хінолін)-пропанової кислоти, яка є джерелом нових лігандів-комплексоутворювачів із катіонами Купруму (ІІ) у водному середовищі. Знайдено стійке співвідношення ліганд-метал, що дорівнює 6:1. Висунуто думку відносно геометричної будови досліджуваної комплексної сполуки, яка має вигляд тетрагональної біпіраміди.

У роботі [3] представленні результати визначення констант іонізації 2-метил-хінолін-4-іл-гідразон α-кетоглутарової кислоти динатрієвої солі; 4-метил-хінолін-2-іл-гідразон α-кетоглутарової кислоти динатрієвої солі. Константи іонізації двох вивчених ізомерів різняться чисельно, що обумовлено впливом ефективної електронегативності замісника, і впливом просторової будови ізомерів на здатність утворювати внутрішньомолекулярний водневий зв'язок в моноаніоні.

У роботі [4] визначенні константи іонізації для 2-(5,8-диметокси-2-метилхінолін-4-ілтіо)етанової кислоти ($pKa_1 = 3,67$, $pKa_2 = 2,72$); і для 2-ацетамідо-2-(акридин-9-ілтіо) етанової кислоти ($pKa_1 = 5,0$, $pKa_2 = 8,1$). Визначено залежність чисельного значення констант іонізації від структури речовини: електроноакцепторні замісники зменшують рКа (збільшують кислотність), а електронодонорні – збільшують рКа.

Таким чином, робота в напрямку розроблення раціональних фізико-хімічних методів визначення констант іонізації (рКа) новосинтезованих біологічно активних речовин на основі 4-S-похідних хіноліну є перспективною і актуальною.

Література

1. Данілевська Л.А. Кількісне визначення перспективних біологічно активних речовин похідних хіноліну / [Данілевська Л.А., Омельянчик Л.О., Панасенко Т.В. та ін.] // Запорожский медицинский журнал. − 2005. − №2. − С. 137-139.

2. Коваленко Д.С. Дослідження комплексоутворення 3-(5-метил-1,2,4-[4,3-а]хінолін)-пропанової кислоти / [Коваленко Д.С., Луганська О.В., Омельянчик Л.О. та ін.] // Вісник Запорізького національного університету. – 2008. − № 1. – С. 111-116.

3. Коваленко Д.С. Визначення констант іонізації похідних 2(4)-гідразинохіноліну / Д.С. Коваленко, Т.В. Панасенко // Запорож. мед. журн.: науч.-практ. журн. − 2010. − Т. 12, № 2. − С. 104-107.

4. Панасенко Т.В. Константи іонізації нітрогеновмісних гетероциклічних сполук / Т.В. Панасенко, Л.В. Паливода // Актуальні питання біології, екології та хімії. – 2015. − Том 9, №1. – С. 86-95.

Теплова Яна
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к. х. н., доц. Лашко Н. П.

КОНТРОЛЬ ФІЗИКО-ХІМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ШОКОЛАДУ

Шоколад дуже смачний та корисний продукт. До його складу входять багато корисних для людини речовин: амінокислоти (валін, лізин, треонін, тірамін, триптофан), жири (пальмітинова, стеаринова, олеїнова кислоти), білки, вуглеводи (глюкоза, сахароза), мінеральні речовини (K, Ca, P, Na, Mg, Fe, вітаміни PP, B_2 ,B_1), алкалоїди (теобромін, кофеїн)

[Шепелев, 2001]. Особливо цінною складовою шоколаду є какао-масло (24,3-35,7%). Воно належить до групи твердих жирів міститься головним чином ядрі какао-бобів. При температурі 25°С воно тверде та крихке, а при 32°С – рідке, тому плавиться у роті повністю. Какао-масло складається переважно з жирних кислот: пальмітинової ($C_{15}H_{31}COOH$), стеаринової ($C_{17}H_{35}COOH$), олеїнової ($C_{17}H_{33}COOH$). Крохмаль і білкові речовини разом із какао-маслом надають шоколаду високу поживну цінність [Л. А. Боровикова, 1988].

Виробники задля здешевлення виробництва дуже часто використовують неякісні продукти або замінюють складові шоколаду іншими інгредієнтами які є дешевшими, але погано впливають на організм людини. Так, найбільш розповсюдженими фальсифікаціями продукції шоколаду стали якісна та інформаційна [В. Д. Малигіна, 2009]. В зв'язку з цим актуальною є проблема контролю якості шоколаду.

Мета роботи: дослідити органолептичні та фізико-хімічні показники якості основних сортів шоколаду. Об'єктом дослідження були чорний, десертний та молочний шоколад українського виробництва Світоч, Рошен, Корона. При перевірці якості шоколаду використовували органолептичні та фізико-хімічні методи аналізу. Органолептичні показники якості проводили при температурі 16-20°С визначаючи: смак і запах, зовнішній вигляд, форму, консистенцію, структуру.

При перевірці фізико-хімічних якостей використовували такі показники: ступінь подрібненості, масову долю золи, масову частку цукру, жиру та вологи. Визначали також температуру плавлення та затвердіння шоколаду.

Результати досліджень показали, що частіше виробники фальсифікують молочний шоколад, підміняючи какао-масло гідрожиром, кокосовою або пальмовою оліями. Це призводить до підвищення на 8-10°С температури плавлення та температури застигання, формування в'язкої консистенції та салистого присмаку продукту. При цьому масова частка жиру, вологи та цукру у всіх досліджених зразках була у межах норми. Таким чином, найбільш інформативними показниками контролю якості шоколаду є температура плавлення, температура застигання та консистенція продукту.

Література

1. Шепелев А. Ф. Товароведение и экспертиза кондитерских товаров: уч. пособие / А. Ф. Шепелев, И. А. Печенежская, А. В. Шлилев. – Ростов-на-Дону: Март, 2001. – 224 с.

2. Товароведение продовольственных товаров: уч. пособие для торговых вузов / [Л. А. Боровикова, В. А. Герасимова, А. М. Евдокимов и др.]. – [3-е изд.]. – М.: Экономика, 1988. – 352 с.

3. Основи експертизи продовольчих товарів: навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів / [В. Д. Малигіна, Л. Д. Титаренко, Л. В. Породіна та ін.]. – К.: Кондор, 2009. – 296 с.

Урбанська Дар'я
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.х.н., доц. Лашко Н.П.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИБОРУ БІОПОЛІМЕРНИХ МАТРИЦЬ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ ХАРЧОВИХ АРОМАТИЗАТОРІВ

Харчові ароматизатори є одними з найбільш запитуваних харчових добавок на сучасному ринку виготовлення продуктів. Науково-технічні проблеми створення нових видів ароматизаторів, які забезпечують стійкий запах та смак продуктам харчування, пов'язані з вивченням сорбційних властивостей носіїв, що зв'язують леткі компоненти. Найчастіше носіями є біополімери – модифіковані крохмалі, декстрин, гуміарабік. Стабільність кінцевого продукту залежить від структури носіїв-сорбентів, так і природи ароматизатора [Смирнов, 2008].

Знання механізмів і закономірностей взаємодії одорантів із носієм дозволить створити ряд стабільних харчових ароматизаторів. На сьогоднішній день ці процеси вивчені

недостатньо. Кількісні дані отримані тільки для індивідуальних летких органічних речовин або модельних сумішей із використанням як носіїв тільки полісахаридів [Андриенков, 2010].

Пошук нових носіїв для створення ефективних форм ароматизаторів привертає увагу до желатини та крохмалю, які використовуються при виготовлені великої групи продуктів харчування [Крикунова, 2006]. У зв'язку з цим, метою нашої роботи було вивчення закономірностей зв'язування ароматоутворюючих речовин простими та наповненими драглями желатини в присутності неорганічної добавки – натрій хлориду.

Об'єктами дослідження були: тимол, 20% желатинові, желатиново-крохмальні та желатиново-тимолові драглі. Всі види драглів формувалися в умовах високої іонної сили – 1,5М натрій хлориду.

Згідно з результатами, особливістю всіх досліджених драглів, поверхня яких формувалася у контакті з повітрям, є висока гідрофобність. Крайовий кут змочування гідрофобної поверхні змінювався від 108° до 109°. Поверхня драглів, що сформувалася із розчину, у всіх випадках була гідрофільною. Найбільш гідрофільний характер мала поверхня желатиново-крохмальних драглів (крайовий кут змочування 13,7°).

В ході роботи було експериментально підтверджено вплив гідрофобної поверхні досліджуваних драглів на їхню здатність сорбувати тимол з водних розчинів.

Експериментально встановлено зростання сорбції тимолу на драглях, що мають фіксовану конформацію.

Підтверджено, що технологічно найбільш перспективними для створення ароматизаторів на основі гідрофобних ароматичних речовин є драглі желатину з високою гідрофобністю.

Література

1. Смирнов Е. В. Пищевые ароматизаторы / Е. В. Смирнов. – Санкт-Петербург: "Профессия", 2008. – 736 с.

2. Андриенков В.А. Пищевая промышленность №10. Связывание компонентов эфирных масел различными нативными крахмалами. / В.А. Андриенков, А.Н. Полшков, Т.А. Мишарина. – М.: ООО "Аромарос – М", 2010. – С. 63-65.

3. Крикунова Н.И. Связывание ароматических соединений полисахаридами кукурузного крахмала / Н.И. Крикунова, М.Б. Теренина, Е.Л. Ручкина, Т.А. Мишарина // Прикладная биохимия и микробиология. – 2006. – Том 42. – №3. – С. 379-382.

Фокін Олексій, Христенко Ірина
студенти 3 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: асист. Бойка О.А.

ВПЛИВ ЙОНІВ SO_4^{2-} ТА CO_3^{2-} НА ПРОРОСТАННЯ НАСІННЯ ЛУНАРІЇ

Лунарія одна з нових та перспективних культур України. Вона належить до родини Капустяні (*Brassicaceae*). Цей рід налічує два види, що відрізняються за типом свого біологічного розвитку: *Lunaria annua* L це однорічний вид, а *Lunaria rediviva* L. – багаторічний [1].

Одним з аспектів використання цієї рослини людиною є її застосування у якості декоративної. Лунарія дуже добре переносить тінь (особливо багаторічний вид), відрізняється раннім квітненням наприкінці весни та на початку літа і має надзвичайно декоративні якості. Для декоративного використання більш доцільно використовувати саме багаторічний вид для збереження декоративних властивостей озеленених територій [2].

В наш час гостро стоїть проблема підвищення рівня засоленості грунтів. А тому пошук нових видів для розширення асортименту рослин придатних для вирощування у цих умовах є актуальним. Зважаючи на розташування Запорізької області вздовж узбережжя Азовського моря особливу уваги слід приділити впливу йонів солей які входять до складу

його морської води. Переважаючим на території нашого регіону є сульфатно-карбонатно-хлоридне засолення [3].

Розвиток будь-якої рослини починається з проростання насіння, а тому показники проростання насіння за умови прсутності в середовищі проростання солей є одним з факторів який можна використовувати для оцінки стійкості цих рослин до засолення.

Нами було досліджено вплив йонів SO_4^{2-}та CO_3^{2-}на проростання насіння багаторічного виду лунарії – лунарії оживаючої. Насіння пророщувалось на чашках Петрі у розчинах солей K_2SO_4 та K_2CO_3 різної концентрації. Також було здійснено контрольне пророщування насіння лунарії на дистильованій воді.

В результаті проведених досліджень було виявлено, що з підвищенням концентрації солей загальний відсоток пророслого насіння лунарії знижувався у порівнянні з контролем, але цей вплів став достовірно відчутним ліше для концентрації обох солей на рівні 1% у середовиші. Менші концентрації солей істотно не вплинули на проростання насіння лунарії. Карбонат-йон виявив відчутний негативний вплив на проростання. В цьому досліді кількість пророслого насіння сягнула лише 27% проти 73% пророслого насіння за умови впливу сульфат-йону та 100% пророслого насіння у контролі.

Таким чином, можна зробити висновок про стійкість насіння лунарії до сульфат та карбонат йонів при їх концентрації до 1% у середовищі. За умов концентрації на рівні 1% карбонат-йон виявив потужний пригнічувальний ефект. Сульфат-йон також суттєво знизив кількість пророслого насіння у порівняннні з контролем. Разом з тим лунарію можна рекомендувати для вирощування в умовах Запорізької області, виключаючі карбонатні грунти та безпосередньо лінію узбережжя Азовського моря.

Література

1. Определитель высших растений Украины / Д.Н. Доброчаева, М.И. Котов, Ю.Н. Прокудин и др. – Киев: Наукова думка, 1987. – 548 с.
2. Карпиносова Р.А.Садовые цветы от А до Я. /А.Р. Карпиносова, Т.С. Русинова, Л.П. Вавилова – М.:АСТ «Астрель», 2005. – 319 с.
3. Закономерности экосистемных процессов в Азовском море / Г.Г. Матишов, Ю.М. Гаргопа, С.В. Бердников, С.Л. Дженюк; Южн. науч. центр РАН. – М.: Наука, 2006. – 304 с.

Хімій Альона
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к. х. н.,доц.Синяєва Н.П.

ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ ФЕРУМУ ТА НІКЕЛЮ У ВОДНИХ ОБ'ЄКТАХ, У ЯКІ ПОСТУПАЮТЬ ЗЛИВНІ ВОДИ ПІДПРИЄМСТВ М. ЗАПОРІЖЖЯ

Стан навколишнього природного середовища є найважливішим чинником, що визначає життєдіяльність людини і суспільства. Високі концентрації багатьох хімічних елементів і сполук, зумовлені техногенними процесами, виявлені в даний час у всіх природних середовищах. Важкі метали відносяться до найбільш широко поширених забруднювачів водного середовища і за токсичністю займають друге місце після пестицидів. [Чертко Н.К., 2002].

Об'єктами досліджень нами обрані водні ресурси м.Запоріжжя, куди потрапляють зливні води підприємств, що містять важкі метали небезпечні своєю здатністю накопичуватися в живих організмах.

Важкі метали в природних водах знаходяться у формі іонів, далі може спостерігатися гідроліз, комплексоутворення з різними лігандами.

Найбільш небезпечними є ті метали, які можуть накопичуватися в живих організмах. До них відносять свинець, кадмій, нікель, залізо, мідь.

Для контролю вмісту металічних елементів використовують хімічні та фізико-хімічні методи.

У наш час хімічні методи не втратили своєї актуальності. Одним із таких методів є фотоелектроколориметричний метод з використанням органічних реагентів, таких як сульфосаліцилова кислота та ортофенантролін (Fe), диетилдитіокарбамат (Cu, Cd), диметилгліоксим (Ni). При визначенні малих концентрацій є необхідність у чистих реагентах, мірному посуді першого класу точності. [Ковганко В.Н., 2011].

Перспективними методами для визначення важих металів без спеціальної хімічної підготовки є інстументальні, такі як атомно-абсорбційна спектрометрія з різними способами атомізації проби. Атомно-абсорбційна спектрометрія з полум'яною атомізацією (FAAS) потребує концентрування елементів з використанням органічних екстрагентів: метилізобутилкетон, CCl_4, які потребують спеціальної утилізації відпрацьованих органічних реагентів. [Хавезов И.,1983].

Тому доцільним в даному випадку, на нашу думку, є використання атомно-абсорбційної спектрометрії з електротермічною атомізацією в графітовій кюветі (GF AAS) для безпосереднього визначення елементів, які нормуються САНПин. В аварійних ситуаціях на першому етапі дослідження доцільно проводити визначення тестовими методами. На другому етапі, в залежності від концентрації металу в зливних водах, використовувати атомізацію в графітовій кюветі, якщо джерело випромінювання–це лампа з порожнистим катодом, і полум’я ацетилен-повітря при використанні ксенонової лампи. В наших дослідженнях перевагу ми віддали саме цьому методу, адже фотоелектроколориметричний метод з використанням органічних реагентів не є експресним методом. Дослідження проведені на атомно-абсорбційному спектрометрі з електротермічною атомізацією МГА-915МД. На даному етапі ми провели дослідження вмісту Нікелю та Феруму, які потрапляють у водні об’єкти поблизу викидів зливних вод ДП «ЗТМК». В ході дослідження було визначено, що вміст Нікелю становить 0,030 мг/л (ГДК 0,1 мг/л), Феруму – 0,028 г/мл (ГДК 0,1 г/мл), що не перевищує ГДК, встановленими САНПин.

Враховуючи можливості МГА-915МД, ми будемо розширювати спектр визначення важких металів, які мають біологічне значення, а саме Pb,Cd,Cu. А також проаналізуємо ще й об’єкти соціального користування (пляжі) у м. Запоріжжя.

Література

1. Чертко Н.К. Геохимическаяэкология: Учеб. пособие. – Мн.: БГУ, 2002. – 79 с.
2. Ковганко В.Н. Физико-химические методы анализа/ В.Н. Ковганко. – Минск: БГТУ, 2011. – 104 с.
3. Хавезов И. Атомно-абсорбционныйанализ / И. Хавезов, Д. Цалев. – Л.: Химия, 1983. – 144 с.

Ціомашко Євген
магістр 1-го року навчання біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к. б. н., доц. Дубова О. В.

ВИКОРИСТАННЯ СОРТІВ ЧАЙНО-ГІБРИДНИХ ТРОЯНД В ОЗЕЛЕНЕННІ МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ ТА ЇХ МОРФОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Троянда дійсно королева квітів. Вона знайде місце у будь-якому саду пейзажного чи регулярного типу планування, великого чи маленького розміру. Чайно-гібридні троянди найширше використовуються серед усіх груп троянд. При регулярному типі планування дану групу троянд можна використовувати для створення груп як солітер, при створенні партеру як композиційний елемент. Також чайно-гібридні троянди можна використовувати для створення клумб, як тільки з одного сорту, так і в поєднанні декількох сортів з іншими рослинами. При створенні об’єкту пейзажного типу чайно-гібридні троянди можна включати в композиції міксобордерів [1-3].

Метою нашої роботи було дослідження особливостей морфологічної будови різних сортів чайно-гібридних троянд .

На території ділянки кафедри садово-паркового господарства Запорізького національного університету були вирощені троянди 5-ти сортів чайно-гібридної групи: Глорія Деі, Кліментіна, Супер Стар, Антон Чехов, Баркарола [4]. У вегетаційний період 2015 року були досліджені морфологічні особливості вегетативних та генеративних органів. При виконанні роботи користувалися загальноприйнятою методикою морфометричних вимірів рослин. Дані статистично оброблені та занесені в таблицю[5].

Таблиця– Морфологія вегетативних органів чайно-гібридних троянд

Сорт троянд	Висота рослини, см	Кількість листя на рослині, шт	Площа листової пластинки, $см^2$
Антон Чехов Баркарола Глорія Деі Супер Стар Кліментіна	47,4±2,40 34,4±0,80 64,4±1,80 72,4±2,20 61,9±1,30	22,5±1,50 18,5±0,90 29,4±1,30 26,4±1,20 26,7±0,80	126,3±1,10 110,4±1,20 142,6±1,20 151,2±1,70 139,4±1,60

Декоративними якостями троянд є висота, діаметр квітки, колір квітки. Сорт Глорія Деі займає перше місце серед троянд чайно-гібридної групи з середини минулого сторіччя. Кущ висотою 80-100см, з блискучою темно-зеленою листовою. Квітки великі, 13-15 см в діаметрі, насиченого жовтого кольору з карміним нальотом. Сорт Кліментіна має густомахрові квітки діаметром 12-14 см, дуже красивий бутон з відігнутими зовнішними пелюстками. На прямих стеблах розташована одна квітка. Супер Стар – високорослa (висота куща 120-160см) чайно-гібридна троянда на довгих пагонах якої утворюються поодинокі бокалоподібні квітки незвичайного лососево-оранжевого кольору. Вони можуть досягати в діаметрі 10-12см. Антон Чехов – це новий сучасний сорт з висотою куща 80-150см, з великими квітками, до 13 см в діаметрі, темно-рожевого кольору. Вони нагадують півонію за формою. Сорт Баркарола – кущ високий, розлогий, висотою до 100см. Квітка червоного кольору діаметром до 10см, махрові квітки зібрані в китиці по 7- 9 штук.

Найбільшу висоту має троянда Глорія Деі, її висота досягає 72,4см. Кущі троянди Антон Чехов мають середню висоту 47,4см, а висота куща троянди сорту Баркарола тільки 34,4см. Відповідно розподіляється і кількість листя на рослині: 29,4 штук у Глорія Деі, 22,5 штук у Антон Чехов, 18,5 – у Баркаролла. Найбільшу площу листової пластинки має троянда сорту Супер Стар, а найменшу – рослини сорту Баркарола.

Генеративні органи досліджених сортів чайно-гібридних троянд досить різноманітні за кількістю квіток на рослині, розміром квітки та кількістю пелюсток в квітці. Так, кількість квіток на рослині сорту Кліментіна досягає 16,2 штук, Глорія Деі – 22,4 штук, Супер Стар – 23,3 штук, Антон Чехов – 28,4 штук, кількість квіток на рослині сорту Баркарола найбільша – 32,5 штук. Найбільший діаметр квітки мають сорти Антон Чехов та Кліментіна (12,3 см та 12,9 см відповідно). Розрізняються квітки і за кількістю пелюсток в квітці, більше пелюсток мають махрові віночки рослин сортів Антон Чехов та Кліментіна, це надає іхнім квіткам декоративність та привабливість.

Нами розроблені приклади композицій, які використовуються в озелененні об‘єктів різного призначення в місті Запоріжжі. Троянди чайно-гібридної групи виступають в них або центральним елементом, або фоном для інших квітів.

Таким чином, досліджені троянди чайно-гібридної групи можна широко застосовувати в створенні різноманітних композицій при озелененні об‘єктів різного призначеня міста Запоріжжя.

Література
1. Клименко З.К. Розы / З.К. Клименко . – М.: ЗАО Фитон, 2001. – 176 с.
2. Ткачук О.О. Троянди. Кращі сорти, перевірені та рекомендовані для Лісостепу і Полісся України / О.О. Ткачук. – К.: Вища шк., 1993. – 207 с.
3. Воронцов В.В. Всё о розах/ В.В. Воронцов, В.И. Коробов. – М.: ЗАО Фитон, 2007. – 224 с.
4. Чайно-гібридна троянда: історія виникнення і найпопулярніші сорти [електроннний ресурс[режим доступу: http://sad-i-gorod.com/kviti/chayno-gibridna-troyanda-istoriya-viniknennya-i-naypopulyarnishi-sorti]/
5. Лакин Д.Ф. Биометрия / Д.Ф. Лакин – М.: Высшая школа, 1990. – 352с.

Чарієва Огулменли
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: ас. Бойка О.А.

ВПЛИВ ЙОНІВ Cl^- НА ПРОРОСТАННЯ НАСІННЯ ЛУНАРІЇ

Рослини роду Лунарія (*Lunaria*) належать до родини Капустяні (*Brassicaceae*). На території України зростає два види лунарії, які відрізняються за типом свого розвитку: однорічні та багаторічні рослини. Багаторічний вид лунарія оживаюча є природним видом флори України. Лунарія однорічна це рослина яка була інтродукована у якості декоративної на клумбах та у ботанічних садах, але згодом здичавіла та потрапила у природні фітоценози [1].

Лунарія має досить високі декоративні якості, великі суцвіття з бузкових, червоно-бузкових або білих квітів привертають увагу комах та людей. Ці рослини цінуються серед іншого і як медонос [2].

Однією з важливих екологічних проблем сьогодення є підвищення рівня засолення грунтів. Переважаючим для нашого регіону є сульфатно-карбонатно-хлоридне засолення [3]. Це повязано з типом грунтів та розташуванням у межах впливу морського повітря з узбережжя Азовського моря. Пошук видів здатних пристосуватися до вмісту солей у грунті є акутальним у наш час для міровох спільноти в цілому і також для нашого регіону. За відсотком проростання насіння в умовах внесення солей різної концентрації можна визначити здатність рослин зростати на засолених грунтах.

Нами було досліджено вплив йонів Cl^- на проростання насіння багаторічного виду лунарії – лунарії оживаючої. Насіння пророщувалось на чашках Петрі у розчинах солі NaCl різної концентрації. Також було здійснено контрольне пророщування насіння лунарії на дистильованій воді.

В результаті проведених досліджень було виявлено, що розчини хлориду натрію у концентрації 0,5 та 1% затримують строк початку проростання насіння лунарії до 10 діб проти 5 у контрольному пророщуванні та суттєво знижують відсоток пророслого насіння. Концентрація хлориду натрію на рівні 0,5 % призводить до зниження відсотку проростання до 33% проти 100% у контролі. Розчин солі на рівні 1% виявляє ще більш суттєвий вплив (13% пророслого насіння).

Таким чином, можна зробити висновок про відносно високу чутливість насіння лунарії до хлориду натрію у оточуючому середовищі.

Література

1. Определитель высших растений Украины / Д.Н. Доброчаева, М.И. Котов, Ю.Н. Прокудин и др. – Киев: Науковадумка, 1987. – 548 с.
2. Карпиносова Р.А. Садовые цветы от А до Я. /А.Р. Карпиносова, Т.С. Русинова, Л.П. Вавилова – М.:АСТ «Астрель», 2005. – 319 с.
3. Закономерности экосистемных процессов в Азовском море / Г.Г. Матишов, Ю.М. Гаргопа, С.В. Бердников, С.Л. Дженюк; Южн. науч. центр РАН. – М.: Наука, 2006. – 304 с.

Шеремет Катерина
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер. : доц., к. с.-г.н. Дударєва Г. Ф.

СТАН ДЕРЕВНИХ НАСАДЖЕНЬ В УМОВАХ АНТРОПОГЕННОГО ЗАБРУДНЕННЯ М.ЗАПОРІЖЖЯ

Збереження природної рослинності й озеленення населених пунктів декоративними та стійкими видами рослин на сьогоднішній день є одним із засобів оптимізації навколишнього середовища у промислових регіонах.В умовах сучасного міста рослини, які вже зазнали дії техногенного преса, стають більш уразливими та значно легше піддаються впливові чинників біотичного походження – збудників хвороб і шкідників.У зв'язку з цим актуальним стає питання щодо вивчення фітосанітарного стану зелених насаджень з метою розробки рекомендацій з системи заходів стосовно його покращення.

Метою даної роботи було надання фітопатологічної оцінки деревних рослин в зоні впливу промислових підприємств м. Запоріжжя.

Об'єктом дослідження є деревні рослини, що зростають на території міста Запоріжжя.

Завдання роботи :

1) оцінити фітосанітарний стан деревних насадженьу м. Запоріжжя;
2) вивчити комплекс домінуючих видів фітопатогенів та фітошкідників дерев у м. Запоріжжя;
3) дослідити, які види дерев є домінуючими в м. Запоріжжя;
4) проаналізувати залежність поширення та ступеня пошкодження в різних районах міста Запоріжжя з різним ступенем забруднення.

Дослідження фітосанітарного стану деревних рослин, здійснювали у різних районах м. Запоріжжя (територія Орджонікідзевського району, центральні вулиці Жовтневого району, паркова зона та вулиці Осипенківського району, територія Обласної лікарні, Космічному мікрорайоні), які відрізняються за ступенем антропогенного навантаження. За контрольний тест-об'єкт взяті дерева паркових насаджень, що зазнають мінімального впливу техногенного забруднення (парк Дубовий гай).

У насадженнях здебільшого використовувались види родини *Aceraceae*, представлені кленом гостролистим (*Acerplatanoides L.*), кленом псевдоплатановим (*Acerpseudoplatanus L.)* та кленом ясенелистим *(AcernegundoL.),*частка яких у насадженні становила відповідно 25,9; 3,3 та 1,2 %. На другому місці за ступенем поширення на головних вулицях серед деревних рослин займають представники видів берези повислої, в'яз гладенький *(UlmuslaevisPall.),* тополя чорна (*PopulusnigraL.*) (*BetulapendulaRoth.*) – 10,7 % та липи серцелистої (*TiliacordataMill.*) – 10,9 % від загальної кількості екземплярів усіх видів рослин. Близько75 % дерев, що зростають на проспекті ім. Леніна, мають добрий загальнй стан (0-ва категорія за Н.П. Красинським), а 21 % – у задовільний (1-а категорія за Н.П. Красинським). Найкращий стан всіх досліджених порід дерев за морфологічними показниками спостерігався в парку Дубовий Гай. Саме тут рослини мали найбільшу площу листкової пластинки та найменший відсоток ушкоджень. Найбільше техногенне навантаження рослини відчувають в районі бульвару ім. Шевченка. Всі досліджені види в цьому районі мають найбільший відсоток ушкодження листкової пластинки (від 6,7 % у *Robiniapseudoacacia* до 36,8 % у *Betulapendula*) [3].

Інфекційні грибні хвороби знижують фітосанітарний стан паркових насаджень. Ураження борошнистою росою клена гостролистого та дуба звичайного складає 75-100% при розвитку хвороби 10.7-78,6%; 60-100% при розвитку хвороби 30,5-72,7% відповідно [4].

У паркових каштанових насадженнях спостерігалось 100% заселення дерев із 100%-им ураженням листків крони каштановою мінуючою міллю (*Camerariaohridella*) на рівні 5-7 балів, що відповідає пошкодженню 50,0 – 100% площі листкової пластинки на останніх стадіях розвитку шкідника.

В фітопатологічному відношенні стан деревних рослин задовільний. В несприятливих умовах міста складні багатофункціональні фітоценози існують в доволі складних умовах. Наявність відповідного догляду з елементами реконструкції може забезпечити як добрий фітосанітарний стан рослин, так і загальний естетичний вигляд деревно-чагарникових рослин, а це дасть змогу вуличному насадженню успішно виконувати як ландшафтно-естетичну, так і санітарно-гігієнічну роль [5].

Література

1. Андреева И.И. Ботаника: учеб для с/вузов / И.И. Андреева, Л.С. Родман. – М.: Колос, 2005. – 394 с.
2. Байдіков І.А. Сучасні екостани ландшафтних комплексів Запорізької області а контексті обґрунтування регіональної екомережі //Український географічний журнал. – 2006. - № 4. – С. 38 - 43.
3. Клименко М.О. Моніторинг довкілля / М.О. Клименко, А.М. Прищепа, Н.М. Вознюк. – К.: Академія, 2006. – 389 с.

Шкребтан Ілона
студентка 4 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц. Малько М.М.

ФІЗІОЛОГІЧНИЙ ВІК І ТЕМПИ СТАРІННЯ СТУДЕНТІВ БІОЛОГІЧНОГО ФАКУЛЬТЕТУ РІЗНОЇ СТАТІ

Біологічний процес старіння організму у людей різної статі має певні особливості. Багаторічними дослідженнями доведено, що середня тривалість життя жінок перевищує показники чоловіків понад як на 10 років. Відомо, що хлопчиків завжди народжується більше і кількісна перевага чоловіків зберігається до 25-30 років. Але вже у віці 35–40 кількість представників обох статей вирівнюється, а в подальшому кількість жінок починає переважати.

Ймовірно, у цьому значну роль відіграє захисна функція жіночих статевих гормонів – естрогенів, які виявляють антисклеротичну дію. Разом з цим, у жінок більш рано закінчується репродуктивний період ніж у чоловіків. Після настання клімаксу розвиток атеросклерозу прискорюється. У чоловіків значно довше зберігаються репродуктивні функції. Але, при цьому у них більш інтенсивно протікають склеротичні процеси. Крім того, важливим фактором, що впливає на середню тривалість життя чоловіків, є більш значна їх передчасна смертність внаслідок нещасних випадків.

Мета даної роботи полягала у визначенні статевих особливостей показників фізіологічного віку та темпів старіння у студентів біологічного факультету.

Дослідження були проведені на базі кафедри фізіології з курсом цивільного захисту Запорізького національного університету. Визначення фізіологічного віку і темпів старіння проводили згідно методики, запропонованої Г.В. Коробейніковим (1996) і затвердженої Міністерством охорони здоров'я України. Для оцінки стану серцево-судинної системи визначали величину систолічного (АТс) та діастолічного (АТд) артеріального тиску, а також частоту серцевих скорочень (ЧСС) у стані відносного спокою і після дозованого фізичного навантаження (ЧССнавант.). Показники дихального апарату визначали методом спірометрії. Крім вимірювання величини життєвої ємності легень (ЖЄЛ) у обстежених реєстрували тривалість затримки дихання на вдиху (проба Штанге) та видиху (проба Генча).

Експериментальні дані свідчать, що у обстежених дівчат ЧСС в стані спокою в середньому склала 74,93±1,83 уд/хв., а у хлопців – 72,8±1,62 уд/хв. ($p>0,05$). Отримані дані вказують на наявність стану нормокардії у обстежених обох статей. При дозованому фізичному навантаженні ЧСС у дівчат становила 113,6±2,21 уд/хв. а у хлопців – 108,8±2,72 уд/хв. ($p<0,05$). Таким чином, фізичне навантаження викликало розвиток стану тахікардії.

Дослідження показників артеріального тиску засвідчило, що у студенток-дівчат величина АТс в середньому склала 111,67±2,17 мм.рт.ст., а АТд – 69,67±1,86 мм.рт.ст. У

студентів-хлопців досліджені показники становили: АТс – 122±1,34 мм.рт.ст. (p<0,05), а АТс – 79±2,109 мм.рт.ст. (p<0,05). Результати вказують на відповідність показників артеріального тиску належним значенням.

Величина ЖЄЛ у обстежених дівчат склала 3,12±0,13 л, ТЗДвд. становила 29,93±2,58 сек., а ТЗДвид. – 24±2,22 сек. Дослідження показників дихальної системи у хлопців вказує на те, що величина ЖЄЛ в середньому становила – 4,22±0,09л (p<0,05), ТЗДвд. – 49,4±1,13 сек. (p<0,05), ТЗД вид. – 24,4±2,66 сек. (p>0,05). Отримані дані характеризують обмежені аеробні можливості, а також недостатні буферні властивості крові у обстежених жіночої статі.

Таким чином, у юнаків темпи старіння в середньому склали 1,46±0,09 ум.од., а у дівчат – 1,54±0,08 ум.од. (p>0,05). Отримані результати вказують на відсутність достовірних відмінностей в показниках темпів старіння у людей юнацького віку різної статі.

Література

1. Войтенко В. П. Методика определения биологического возраста / В. П. Войтенко, А. В. Токарь, Э. С. Рудая // Вопросы геронтологии. – 1989. – № 11. – С.9–16.
2. Присяжнюк С.І. Біологічний вік та здоров'я студентської молоді / С.І. Присяжнюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – С. 60-62.
3. Коробейніков Г.В. Визначення функціонального віку та темпів старіння людини: Методичні рекомендації // Г.В. Коробейніков. – Київ: Здоров'я, 1996. – 9 с.

Шумлянська Ксенія
студентка 6 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц.. Новосад Н.В.

БІОХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ КРОВІ ВАГІТНИХ ЖІНОК РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУП ІЗ ГЕМОЛІТИЧНОЮ АНЕМІЄЮ

Цукровий діабет (ЦД) 2-го типу – поширене захворювання сучасності. При тому, що не зовсім зрозумілий патогенез захворювання, надання патогенетичної терапії хворим залишається бажанням. В цих умовах актуальним є вивчення у цієї групи пацієнтів перебігу гострого гепатиту В та оцінка ефективності протоколів його лікування.

Метою роботи було вивчення ефективності терапії гострого гепатиту В у хворих на цукровий діабет 2 типу за загально прийнятим протоколом

Вивчалася венозна кров 28 осіб з цукровим діабетом 2 типу, хворих на гепатит В, віком від 50 до 70 років. Дослідження проводили:

-при надходженні хворих у стаціонар,
-через 10 днів лікування гострого гепатиту В
-напередодні виписки із стаціонару

Контролем слугувала група клінічно здорових осіб того ж віку.

В крові визначали вміст глюкози, холестерину, загального білірубіну, активність АлАТ, АсАТ, тимолову пробу

Як показали результати досліджень у хворих на ЦД 2 типу вміст глюкози при госпіталізації перевищував норму у 2 рази, у подальшому він поступово знижувався, проте через 3 тижні залишався підвищеним у 1.5 рази. Вміст загального білірубіну на початок захворювання перевищує контроль у 12 разів. За умов лікування він поступово зменшився, але на передодні виписки його вміст не нормалізується і залишається у 4 рази вищим за контроль. На початок захворювання вміст холестерину перевищує контроль у 1.7 рази. Напередодні виписки він досягав норми. Показник тимолової проби на початок захворювання також перевищував контроль у 4 рази, надалі він при лікуванні знижувався і напередодні виписки не відрізнявся від контролю. Початок захворюваності на гострий гепатит В хворих на цукровий діабет 2го типу характеризується підвищенням активності АЛТ та АСТ у 15-16 разів. При лікуванні активність ферментів достовірно знижується,але напередодні виписки вони залишаються підвищеними відносно контролю у 4 рази.

Відповідно до отриманих результатів, серед пацієнтів досліджуваних груп є такі, у яких активність АСТ значно перевищує АЛТ, що свідчить про важке враження печінки.

В умовах лікування гострого гепатиту В вже через 10 діб функціональний стан печінки поліпшується, але через 3 тижні – час лікування хворих на гострий гепатит В відповідно до наказу МОЗ України – глюкоза, активність трансаміназ, загальний білірубін все ще залишаються достовірно підвищеними порівняно із контролем. На нашу думку це є відображення наявності функціональних порушень печінки у хворих на цукровий діабет 2 типу.

Щербіна Олександріна
студентка 6 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц.. Новосад Н.В.

ГЕМАТОЛОГІЧНІ ПОКАЗНИКИ КРОВІ У ВАГІТНИХ ЖІНОК ІЗ НЕГОСПІТАЛЬНОЮ ПНЕВМОНІЄЮ

Пневмонія у вагітних представляє серйозну небезпеку для матері і дитини. Це захворювання є однією з причин материнської смертності в Україні. Перенесена під час вагітності, пневмонія може призвести до збільшення частоти передчасних пологів, дистресу плоду, народження дітей з низькою вагою тіла.

Метою роботи було дослідження гематологічних показників крові у вагітних жінок, хворих на негоспітальну пневмонію (НП) у динаміці лікування.

Досліджувалась кров 30 вагітних жінок, хворих на негоспітальну пневмонію, віком від 17 до 34 років та 20 умовно здорових вагітних жінок віком від 19 до 42 років. Кров брали при надходженні хворих до лікарні, в процесі лікування та при виписці. В ній визначали: загальну кількість еритроцитів, лейкоцитів, підраховували відносну кількість різних видів лейкоцитів, вміст гемоглобіну та ШОЕ.

Як показали результати досліджень, кількість лейкоцитів у вагітних жінок із НП була на початку захворювання недостовірно вищою, ніж у здорових вагітних, і при лікуванні знижувалась, наближаючись до показника контрольної групи. У 56,6 % вагітних спостерігалося підвищення лейкоцитів понад $8 \cdot 10^9$/л та у 6,6 % кількість лейкоцитів була нижче за $3 \cdot 10^9$/л, що свідчило про середню та важку ступінь пневмонії відповідно. При лікуванні одна особа ще мала тяжкий стан (кількість лейкоцитів – $2{,}4 \cdot 10^9$/л) і 30 % мали понад $8 \cdot 10^9$/л лейкоцитів. При виписці із лікарні кількість вагітних із підвищеним рівнем лейкоцитів складала 36,6 %.

Кількість еозинофілів достовірно знижувалась майже у 3 рази на початку захворювання. У 53 % хворих еозинофіли були відсутніми, що свідчить про наявність запалення. У подальшому при лікуванні кількість еозинофілів зростала, але все ж залишалася достовірно нижчою за контроль.

У однієї хворої на початку захворювання в крові виявилися мієлоцити та метамієлоцити, кількість яких не зникала протягом усього досліджуваного періоду. У 3-х хворих (10 %) спостерігалися метамієлоцити при надходженні до лікарні, у подальшому кількість хворих знизилася до двох і при виписці у них метамієлоцити зникали.

Відносна кількість ПЯН високо достовірно зростала при захворюванні майже у 7 разів. У 40 % хворих кількість ПЯН була у межах 10-30 %, що свідчить про середню ступінь важкості пневмонії. У 3 хворих (10 %) кількість паличок була більше 30 %. Лікування призводило до зниження ПЯН, кількість яких проте не досягала рівня контролю при виписці.

Кількість СЯН була у межах норми протягом усіх етапів дослідження. Проте на початку захворювання три особи мали кількість СЯН менше 40 % при значно підвищеному рівні ПЯН і зниженому лімфоцитів. Дві хворі мали більше 80 % СЯН. При лікуванні спостерігається тенденція до зростання відносної кількості СЯН.

Відносна кількість моноцитів при лікуванні достовірно знижується.

Кількість лімфоцитів значно знижується при захворюванні на НП і становить 16,2 %, що менше за нижчу межу фізіологічної норми. 80 % хворих мали відносну кількість лімфоцитів 19 % та менше, 23 % хворих мали 10 % лімфоцитів та менше. При лікуванні відносна кількість лімфоцитів поступово зростає, проте не досягає рівня показника у здорових вагітних. 10 вагітних продовжували мати низький відсоток лімфоцитів.

У вагітних жінок, хворих на НП, кількість еритроцитів та гемоглобіну була нижче фізіологічної норми протягом усіх етапів дослідження.

На початку лікування за вмістом еритроцитів та гемоглобіну у 43,3 % спостерігалася перша (легка) ступінь анемії, у 26,7 % – друга середнього ступеню, та у 23,3 % – третього ступеню (важка).

В ході лікування кількість еритроцитів знижувалась, а гемоглобіну не змінювалась.

При виписці у 50 % вміст загального гемоглобіну залишався у межах від 110 до 91 г/л. У 4 хворих вагітних вміст гемоглобіну відповідав другому ступеню важкості анемії (90-71 г/л). Одна вагітна мала вміст гемоглобіну 69 г/л. У неї також була низькою кількість еритроцитів – 1,8 $\cdot 10^{12}$/л, що вказувало на важку ступінь анемії. Збільшилася також кількість хворих вагітних із кількістю еритроцитів 3,2-3,0 $\cdot 10^{12}$/л –36,6 % та кількістю еритроцитів менше 3,0 $\cdot 10^{12}$/л –33,3 %.

Найбільші зміни спостерігалися у показниках ШОЕ, яка зростала на початку захворювання на 78 % і досягала 35 мм/год. Подальше лікування приводило до зниження ШОЕ, проте вона залишалася високою і складала 28,6 мм/год.

Таким чином, на початку лікування майже половина хворих вагітних за дослідженими показниками крові мала середню ступінь важкості пневмонії та біля 10 % - важку. У них спостерігається зрушення лейкоцитарної формули вліво: значно зростає рівень ПЯН, з'являються мієлоцити та метамієлоцити, у більшості хворих знижується відносна кількість лімфоцитів.

У вагітних при захворюванні спостерігається зниження загальної кількості еритроцитів та гемоглобіну та збільшення ШОЕ. Після лікуванні ШОЕ знижується, проте залишається високою, вміст гемоглобіну та еритроцитів залишається нижчим за фізіологічну норму, що свідчить про анемію.

Щербіна Олександріна
студента 6 курсу біологічного фак.-ту
Наук. кер.: к.б.н., доц.. Новосад Н.В.

БІОХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ КРОВІ ВАГІТНИХ ЖІНОК РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУП ІЗ ГЕМОЛІТИЧНОЮ АНЕМІЄЮ

Перебіг вагітності та пологів залежить від безлічі факторів, серед яких важливе значення має вік пацієнтки. Часто у вагітних розвивається анемія. Для пацієнток різних вікових груп характерні істотні відмінності в перебігу вагітності, пологів та перинатальних наслідках, а наявність гемолітичної анемії додає розвиток різних ускладнень вагітності.

Метою роботи дослідження біохімічних показників крові у вагітних жінок різних вікових груп із гемолітичною анемією, які мешкають у м. Запоріжжі.

Хворих було поділено на дві групи: першу групу склали жінки віком 20-25 років, другу – 35 та більше. У кожній групі було по 20 осіб. У крові досліджували загальний білок, гемоглобін, креатинін, білірубін, тимолову пробу, АлАТ, глюкозу та сечовину.

Як показали результати досліджень, у вагітних жінок обох вікових груп, які мешкають у м. Запоріжжя, загальна кількість білка не відрізняється. Проте, у другому триместрі вагітності вона була значно вища, ніж за літературними даними (64 г/л) і складала 74,65 та 73,85 г/л відповідно. Також був вищий вміст глюкози. Достовірних відмінностей між групами за гемоглобіном та глюкозою також не спостерігалось.

Кількість сечовини дещо підвищена тільки в старшій віковій групі вагітних.

Що стосується креатиніну, який відображає ступінь порушення видільної та фільтраційної функції нирок, то його кількість за літературними даними складає у другому триместрі вагітності 51 мкмоль/л. У наших дослідженнях його вміст в обох групах був також значно вищим і складав відповідно 73,80 та 73,55 мкмоль/л. Слід зазначити, що у 45 % вагітних віком до 25 років та у 50 % вагітних віком від 35 років був підвищений вміст креатиніну (вище 70 мкмоль/л), що свідчить про ознаки ниркової нестачі. Достовірних різниць між групами не спостерігалось.

Нормальний рівень загального білірубіну, в тому числі і під час вагітності - 3,4-17,2 мкмоль/л. У 15% вагітних першої групи кількість білірубіну була трохи підвищена і складала близько 20 мкмоль/л. У вагітних 2 групи кількість жінок з підвищеним рівнем загального білірубіну досягала 35 %. Таким чином, кількість білірубіну була недостовірно вищою в групі вагітних жінок другої групи – на 13 %.

У групі вагітних жінок віком після 35 років спостерігається достовірне збільшення АлАТ, активність якої склала 23,39 МО/л проти 19,95 МО/л у першій групі.

У вагітних віком 20-25 років існує слабкий позитивний достовірний кореляційний зв'язок між глюкозою та білірубіном та середній позитивний достовірний кореляційний зв'язок між сечовиною та тимоловою пробою. У вагітних віком від 35 років спостерігалася достовірна позитивна середнього ступеню кореляція між глюкозою і сечовиною та глюкозою і АлАТ. В обох групах існує високо достовірна позитивні кореляція між вмістом гемоглобіна і білком.

Таким чином, у вагітних жінок досліджених вікових груп отримані середні біохімічні показники крові не відрізняються один від одного, за винятком активності АлАТ, яка була вища у старшій віковій групі. У половини вагітних обох груп підвищений рівень креатиніну, що свідчить про ознаки ниркової нестачі. Підвищений рівень білірубіну найбільше спостерігається у вагітних від 35 років.

«МОЛОДИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Марковцева Тетяна
учениця 10-В класу Запорізької гімназії № 28
Наук. кер.: к. б. н., доц. Полякова І. О.

ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ УМОВ НА РІСТ І РОЗВИТОК ШТОК – РОЗИ

Висаджена в саду шток-роза буде прикрасою майже протягом всього літнього періоду. Шток-роза має багаточисельні садові форми, характеризується високою екологічною стійкістю, що для сходу та півдня України є дуже важливим фактором, так як саме через посуху та часті суховії багато декоративних рослин мають низьку життєздатність [1].

На теперішній час створена велика кількість сортів *Alcea rosea L.,* але, на жаль, і вони не мають широкого поширення через, насамперед, складність насіннєвого розмноження [2].

Метою роботи було провести оцінку якості насіння популярних сортів шток-рози різними способами та виявити вплив інтенсивність освітлення на ріст рослин *Alcea rosea L.*

В ході проведених досліджень встановлено, що обробіток сухого насіння шток-рози низькими температурами негативно впливає на посівні якості. У порівнянні з контролем зниження склало для енергії проростання 13,3 та 36,7%, а для схожості – 20 та 23,4%. Обробіток високими температурами також показав зниження енергії проростання насіння шток рози на 3,4 та 20,0% і схожості – на 3,4 та 10%.

Згідно з результатами, отриманими при проведенні досліджень попереднє намочування позитивно вплинуло на підвищення схожості насіння шток-рози. Найкращі показники схожості для сорту «Фіолетова» 86,7% отримано при попередньому намочуванні, а для сорту «Рождество» при попередньому намочуванні 76,7% та при намочуванні + прогрівання – 83,3%.

Сорт «Фіолетова» показав кращі показники посівних якостей у контролі в порівнянні з сортом «Рождество», однак відзначено зниження посівних якостей при обробітку особливо низькими температурами, що вказує на меншу екологічну мінливість.

Порівняння морфобіологічних показників розвитку шток-рози в різних умовах виявило суттєву різницю в реалізації її генетично- детермінованої програми. Вона проявилася в більш успішному забезпеченні росту в напівтіньових умовах.

Враховуючи отримані результати, можна рекомендувати при вирощуванні шток-рози застосовувати попереднє намочування насіння та його прогрівання для підвищення схожості. Виявлено, що більше накопичення вегетативної маси у перший рік розвитку у шток рози відбувається в напівтіньових умовах . Тому закладання ділянок для проведення дослідів і для підвищення ефективності насіннєвого розмноження культури необхідно закладати в умовах часткового затінення.

Отримані результати будуть використані для подальшої генетико-селекційної роботи з культурою, а також в квітковому озелененні південноукраїнських міст.

Література

1. Алешина Н.А. Островок красоты на вашем участке / Н. А. Алешина. - М. : ООО ТД «Издательство Мир книги», 2008 – 256 с.
2. Полякова И.О., Клименко О.М. Вивчення різних зразків *Alcea Rosea* L. за ознаками декоративності // Актуальні питання біології, екології та хімії: електронне наукове видання [електронний ресурс] / Запорізький національний університет. – 2012. - №1 . – с. 68 -75.

Почапська Вероніка
учениця 10-Г класу, ліцею № 99 м. Запоріжжя
Наук. кер.: вчитель біології – Бережна О.М.

ФІТОСАНІТАРНИЙ МОНІТОРИНГ ЛУСКОКРИЛИХ ФІТОФАГІВ ТА ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ СИНТЕТИЧНИХ СТАТЕВИХ ФЕРОМОНІВ В САДАХ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Метою цієї роботи було ознайомитися з особливостями розвитку лускокрилих фітофагів та вдосконалення моніторингу з використанням синтетичних статевих феромонів в садах Запорізької області.

Об'єктом дослідження стала фауна лускокрилих фітофагів яблуневого приватного саду с. Бабурка Запорізького району Запорізької області.

Предметом дослідження став фітосанітарний моніторинг лускокрилих фітофагів в яблуневому саду.

Дослідження проводилось протягом 2014-2015 р.р. в приватних яблуневих садах села Бабурка Запорізького району Запорізької області.

В результаті досліджень було встановлено,що домінуючими видами лускокрилих у садах степової зони України є яблунева плодожерка. Різка зміна динаміки чисельності лускокрилих фітофагів показує,що їх розвиток залежить перш за все від погодних умов.

Було виявлено, що найбільшої шкоди лускокрилі завдають у стані гусені, так як саме в цій стадії вони найактивніші і їх чисельність найбільша.

Вивчено,що застосування методу феромоного моніторингу дає змогу визначити видовий склад фітофагів домінуючих серед них видів,строки початку масового льоту та закінчення льоту метеликів протягом вегетації та дає можливість оперативно визначити строки хімічних обприскувань.

Визначено найкращим видом захисту яблуні - хімічний метод.

При створенні цієї роботи були використані лабораторні та польові методи дослідження, що проводилися за загальноприйнятими методиками Васильєва В.П. та Омелюти В.П.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ « ЖУРНАЛІСТИКА»

Борисенко Світлана
РЕДАКТОРСЬКИЙ АНАЛІЗ ЗАГОЛОВКІВ У ГАЗЕТІ УНС «СВОБОДА».....3

Климак Дар'я
ТЕМАТИЧНА СПРЯМОВАНІСТЬ СПОРТИВНОГО ЖУРНАЛУ «ФУТБОЛ».....4

Кондратенко Юлія
ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО СКЛАДНИКА ЖУРНАЛУ «МАШИНЫ И МЕХАНИЗМЫ».....5

Міщенко Світлана
ТЕКСТУАЛЬНІ ЗАСОБИ ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ЖУРНАЛЬНИХ ВИДАННЯХ «МАХІМ» ТА «COSMOPOLITAN».....7

Саламатіна Анна
ОФОРМЛЕННЯ СЕРІЙ ВИДАНЬ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ: АНАЛІЗ ДОСВІДУ ВИДАВНИЦТВА «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА».....8

Сігарьова Ірина
ОФОРМЛЕННЯ РУБРИКАЦІЇ В ГАЗЕТІ УНС «СВОБОДА».....10

Трускало Юлія
СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРЗАЦА У ШКІЛЬНИХ ПІДРУЧНИКАХ.....12

Філь Олександра
АРХІТЕКТОНІКА ЛІДУ ЯК ЗАСОБУ КЕРУВАННЯ ЧИТАЦЬКОЮ УВАГОЮ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ УНС «СВОБОДА».....13

Шека Єлізавета
ДОВІДКОВО-ПОШУКОВИЙ АПАРАТ ЯК ЗАСІБ ОРІЄНТАЦІЇ ЧИТАЧА У СТРУКТУРІ НАВЧАЛЬНОГО ВИДАННЯ.....15

Штепа Юлія
ОФОРМЛЕННЯ ПЕРШОЇ СТОРІНКИ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНИХ ВИДАНЬ «СУББОТА ПЛЮС» ТА «МИГ».....16

Шубіна Луїза
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УКЛАДАННІ ТА ОФОРМЛЕННІ СЛУЖБОВО-ПОШУКОВОГО АПАРАТУ ДОВІДКОВИХ ВИДАНЬ.....18

Лисенко Кристина
КОМУНІКАТИВНІ ДІЇ ВЕДУЧОГО НОВИН РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕКАНАЛУ.....20

Фіданян Діана
МЕДІАОСВІТА ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ШКОЛЯРІВ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ГІМНАЗІЇ № 71).....21

Кононенко Дмитро
МІФОТВОРЧІСТЬ ЯК МАНІПУЛЯЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «FACEBOOK».....22

Шилова Анастасія
ОСОБЛИВОСТІ ІЛЮСТРУВАННЯ ДИТЯЧИХ ВИДАНЬ ЯК ВИЯВ БРЕНДИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ВИДАВНИЦТВ.....24

Кучер Олександра
ГЕНДЕР І ЗМІ.....25

Рибакова Анастасія
РЕАЛІЗАЦІЯ УМОВИВОДІВ У ПЕРЕКОНУВАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ.....27

Ковтун Аліна
ФОРМИ ПОДАЧІ ІНТЕРНЕТ-НОВИН (НА МАТЕРІАЛАХ САЙТУ «ПОРОГИ») 28

Бурбан Лілія
ВИДИ ТА ФОРМИ ІНТЕРТЕКСТУ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ 29

Кущ Софія
«FORBES» – ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНД В УКРАЇНІ.....30

Кундіренко Аліна
ДОТРИМАННЯ СОЦІАЛЬНИХ НОРМ РЕДАГУВАННЯ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕННЯХ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ.....32

Наталуха Альона
ВИКОРИСТАННЯ СТЕНДАПУ В СУЧАСНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ НОВИН «ТЕЛЕКУР'ЄР» ТЕЛЕКАНАЛУ «ЗАПОРІЖЖЯ») 33

Лєдова Христина
СЛОВО ЯК ВИРАЖАЛЬНИЙ ЗАСІБ У ДІЯЛЬНОСТІ РАДІОЖУРНАЛІСТА 35

Лебедєва Ольга
ВИЗНАЧЕННЯ СВІТОГЛЯДНИХ ДОМІНАНТ ПРИ АНАЛІЗІ УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ.....36

Павлова Олександра
РЕКЛАМА РЕСТОРАННИХ БРЕНДІВ У ЗАПОРІЗЬКОМУ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЖУРНАЛІ «VIP CLUB».....38

Попова Анастасія
ЗАСОБИ ПРОМОЦІЇ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНУ МЕРЕЖУ «INSTAGRAM».....40

Токмань Діана
ІНТЕРАКТИВНІСТЬ СУЧАСНОГО РАДІО В КОНТЕКСТІ ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЄЮ....41

Бестерженєва Лоліта
ЗАСТОСУВАННЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ PR-КАМПАНІЙ.....43

Буцанова Дарина
СТУДЕНТСЬКІ ЗМІ ЗАПОРІЖЖЯ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ 44

Вишняк Марина
СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ДИТЯЧИЙ ПРЕСІ УКРАЇНИ 46

Волик Євгенія
СПЕЦИФІКА РОБОТИ КОПІРАЙТЕРА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ 47

Воронова Вероніка
ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ 49

Ігнатенко Катерина
ГЕНДЕРНІ ПРОБЛЕМИ В АМЕРИКАНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ 50

Гнилицька Олена
НАУКОВЕ ОСМИСЛЕННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ.....52

Давітян Діана
ПРАВОВЕ ВИХОВАННЯ АУДИТОРІЇ ЗАСОБАМИ ПРЕСИ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТ «THE TIMES» ТА «ДЕНЬ»).....53

Закарлюка Марина
ФЕНОМЕН СПОНСОРСТВА У РЕКЛАМНІЙ ПРАКТИЦІ 54

Зубкова Злата
ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ» 56

Ільницька Галина
ЖАНРОЛОГІЯ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ГЛЯНСОВІЙ ПРЕСІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ 57

Іотова Ольга
БЛІЦ-ОПИТУВАННЯ ЯК ФОРМА ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ІНТЕРВ'Ю (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «ДУМКИ ВГОЛОС», ТЕЛЕКАНАЛ «МТМ») 59

Іщенко Ольга
ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ТЕМАТИКИ НА СТУДЕНТСЬКОМУ ПОРТАЛІ «ПОРОГИ» 61

Клюєва Марина
СПЕЦИФІКА ОФОРМЛЕННЯ ДИТЯЧИХ ЕНЦИКЛОПЕДІЙ ВИДАВНИЦТВОМ «РАНОК» 62

Козачок Оксана
ТЕЛЕВІЗІЙНІ КАЗКИ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ КАНАЛАХ: МЕДІАОСВІТНІЙ ВПЛИВ НА ДІТЕЙ 64

Колісник Юлія
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСОБІВ АТРАКЦІЇ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНО-АГІТАЦІЙНОЇ ПРЕСИ 65

Коломоєць Наталя
КВАЛІМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНЬОГО ВИДАННЯ «КУЛЬБАБОВЕ ВИНО» РЕЯ БРЕДБЕРІ 67

Кротенко Наталія
ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ РАЙОННОЇ ГАЗЕТИ «РІДНИЙ КРАЙ» 68

Леонтій Єлизавета
ЕТАПИ РЕДАКТОРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ НАВЧАЛЬНОГО ВИДАННЯ ДЛЯ ВИЩОЇ ШКОЛИ 70

Макхтут Мохамед Амін
ПРИЙОМИ СТВОРЕННЯ МЕДІАТЕКСТІВ НА КАНАЛІ «АЛЬ-ДЖАЗІРА» 71

Мантешина Анастасія
СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ГЛЯНСОВІЙ ПРЕСІ УКРАЇНИ 73

Махинько Ольга
РЕПОРТАЖНИЙ МЕТОД В ІНФОРМАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛАХ НА РАДІО 74

Миненко Юлія
ВИДАВНИЧА ПРОДУКЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ АГІТАЦІЇ 76

Мирошниченко Олександра
ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ НОВИН У ГАЗЕТІ «СУББОТА ПЛЮС» ТА ЇЇ ІНТЕРНЕТ-ВЕРСІЇ 77

Мінаєва Світлана
РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ ДИТИНИ В СУЧАСНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ 79

Панасенко Дар'я
РОЗВАЖАЛЬНІ ШОУ НА ТБ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ 80

Сєчіна Каріна
НОВАТОРСЬКІ ІДЕЇ В СПОРТИВНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ «УКРАЇНА») 82

Василенко Катерина
ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ 83

Дерев'янко Аліна
ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ РАДІОІНТЕРВ'Ю НА ПРИКЛАДІ ПЕРЕДАЧІ «МАЙСТЕР-КЛАС» НА СТАНЦІЇ «ЗАПОРІЖЖЯ-FM» 85

Бойко Владислав
ВІДЕОБЛОГИ ЯК ЗАСІБ ПРОМОЦІЇ КНИЖКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 86

Коваль Анастасія
КОНЦЕПЦІЯ МОЛОДІЖНОГО ЖУРНАЛУ І ПОЗИЦІЯ РЕДАКЦІЇ 87

Кущ Софія
КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА 88

Закарлюка Марина
ОСОБЛИВИЙ СТАТУС МОВЧАННЯ У КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОЦЕСІ 90

Ольховська Наталія
МІСТИЧНА ПОВІСТЬ М.ГОГОЛЯ «ВІЙ» ЯК ПЕРШИЙ ХОРРОР У СЛОВ'ЯНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ 91

Сапа Діана
ЕТИЧНА І ПРАВОВА КУЛЬТУРА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 93

Сергієнко Дар'я
СТРУКТУРА ТЕЛЕВІЗІЙНОГО РЕПОРТАЖУ 94

Стрельцова Марія
ГРАФІЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ Х-ФЕМІЗМІВ («БЛОГИ» С. ЛЕЩЕНКА) НА САЙТІ ГАЗЕТИ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» 96

Богданов Микита
ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КІНОРЕЦЕНЗІЙ В ОНЛАЙН-ЗМІ УКРАЇНИ ТА РОСІЇ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАНЬ «ZAXID.NET» ТА «ВЕДОМОСТИ») 97

Шубіна Луїза
ВИПУСК СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ДИТЯЧИХ ЕНЦИКЛОПЕДІЙ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТА ТЕМАТИКА СПРЯМУВАННЯ 99

Науменко Євгенія
УКРАЇНСЬКА ТЕМА У ТВОРЧОСТІ МОЛДАВСЬКОГО РЕЖИСЕРА КРІСТІАНА ЖЕРЕГІ 100

Наумова Лілія
КОРПОРАТИВНІ ГЕРОЇ ДИТЯЧИХ ХАРЧОВИХ БРЕНДІВ ЯК СКЛАДОВА ФІРМОВОГО СТИЛЮ 102

Іовова Марія
ІЛЮСТРАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА КВАЛІМЕТРИЧНОЇ МОДЕЛІ ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАННЯ «УКРАЇНСЬКИЙ ТИЖДЕНЬ» 103

Пилипенко Яна
РЕДАКТОРСЬКА ПІДГОТОВКА КАЛЕНДАРНОГО ВИДАННЯ 105

Питель Олена
ЗАСОБИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТЕКСТОВИХ ФЕЙКІВ У СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА 106

Покровська Анна
СЛОВО ЯК ВИРАЖАЛЬНИЙ ЗАСІБ В УКРАЇНСЬКОМУ РАДІОПРОСТОРІ 108

Прохорович Олександр
КОНВЕРГЕНТНІСТЬ ТА ЗМІСТОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНТЕНТУ «HROMADSKE.TV» 109

Романова Євгенія
ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТА (НА ПРИКЛАДІ НОВИН НА РАДІОСТАНЦІЇ «ЕРА-ФМ») 111

Рудак Антон
АВТОРСЬКІ ПРОГРАМИ НА СУЧАСНИХ РОЗВАЖАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЯХ 112

Снурницин Станіслав
РОЛЬ «НОВИХ МЕДІА» В СУЧАСНОМУ СВІТІ 113

Мачигін Сергій
ТЕМАТИКА ТА ЗАСОБИ АРГУМЕНТАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ 115

Вітренко Владислав
РОЛЬ ФІРМОВОГО СТИЛЮ У ПОЗИЦІОНУВАННІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА 116

Керімов Руслан
ПІДПРИЄМСТВА РКЛАМНОЇ ГАЛУЗІ: ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ 118

Галич Марина
НЕМАРКОВАНА ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА У ЗАПОРІЗЬКІЙ ПРЕСІ В ПЕРЕДВИБОРЧИЙ ПЕРІОД 119

Усатова Ніка
КОЛІР ЯК ЗАСІБ АТРАКЦІЇ ТА ОФОРМЛЕННЯ В АНАЛОГОВОМУ ВИДАННІ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «MEN'S HEALTH») 121

Хіжняк Дар'я
ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ 122

Цемеринова Лілія
ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В ІНОЗЕМНИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «THE NEW YORK TIMES») 124

Цибульська Ангеліна
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОРМ РЕДАГУВАННЯ НА ШПАЛЬТАХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ (СВІТОГЛЯДНИХ) ВИДАНЬ 125

Шагабудтдинова Ельміра
ПОЛІТИЧНА ДЖИНСА В ГАЗЕТАХ «МИГ» ТА «СУББОТА ПЛЮС» 127

Шмалько Оксана
ОФОРМЛЕННЯ ОБКЛАДИНКИ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЖУРНАЛІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД 129

Штифуник Арина
ОБКЛАДИНКА ЖІНОЧОГО ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛУ: ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ 130

Щербина Катерина
ФАНФІКШЕН ЯК СПОСІБ КНИЖКОВОЇ ПРОМОЦІЇ 132

Сєчіна Каріна
ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ СЦЕНАРІЙ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ЗАРУБІЖНИХ НАУКОВЦІВ І ЖУРНАЛІСТІВ 133

Пудлик Ганна
МІЖНАРОДНА МОЛОДІЖНА ТЕМАТИКА В ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВАХ «УНІАН» ТА «ІНТЕРФАКС-УКРАЇНА» 134

Журба Катерина
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ 136

Осадчук Антон
PR-ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ КУЛЬТУРНО-МАСОВИХ ЗАХОДІВ: ДОСВІД ЗНУ 137

Малярова Ірина
СУЧАСНА МЕДІАКОНВЕРГЕНЦІЙНА МОДЕЛЬ (НА ПРИКЛАДІ ЕЛЕКТРОННОЇ БІБЛІОТЕКИ «УКРЛІБ») 138

Бурило Наталія
«КОНСТРУЮВАННЯ ЗГОДИ» СПОЖИВАЧІВ У СУЧАСНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ 140

Дробязко Наталя
НОВИНА ЯК ОСНОВНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЖАНР НА ЗОДТРК 142

Іщенко Каріна
РЕКЛАМНІ ЗАХОДИ СПОРТИВНИХ ЗМАГАНЬ ЄВРО 2012 143

Приставка Ксенія
СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В М. ЗАПОРІЖЖЯ 144

Холодний Павло
РОЛЬ МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ В ПОБУДОВІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ 145

Дядя Вікторія
ФАКТ ЯК ОСНОВА ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ 147

Тоцька Валерія
ІМІДЖ ТЕЛЕВЕДУЧОЇ ОЛЬГИ КОВАЛЬ НА ТЕЛЕКАНАЛІ «МтМ» 148

Мальцева Валерія
ЕСЕ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ» 150

СЕКЦІЯ «ПСИХОЛОГІЯ»

Ахкозова Альона
ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ СТРАХІВ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ 151

Бакаленко Анна
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК САМООЦІНКИ ТА РІВНЯ ДОМАГАНЬ ПІДЛІТКІВ 153

Банах А.М.
ЗАВДАННЯ ПАТОПСИХОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯХВОРИХ НА ШИЗОФРЕНІЮ 154

Богданова Ксенія
ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ВОЛОНТЕРІВ У СОЦІАЛЬНИХ УСТАНОВАХ 155

Бондар Ганна
ПРОБЛЕМА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ 157

Бровко Анна
ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА ТА ЗГУРТОВАНОСТІ КОЛЕКТИВУ 158

Вовна Андрій
ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ОСОБИСТОСТІ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ 160

Войцеховська Вероніка
ДУШЕВНЕ ПОТРЯСІННЯ АБО СТАН АФЕКТУ 161

Голощапова Юлія
РОЗВИТОК САМОСВІДОМОСТІ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ 162

Голубенко Вікторія
ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА ПЕРЕВАЖНИЙ ВИБІР ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 163

Гришун Марина
ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ У ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ 165

Губа Анастасія
СТИЛЬ КЕРІВНИЦТВА КОЛЕКТИВОМ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНО ПСИХОЛОГІЧНІ НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ 166

Гуржий Дар'я
РОЗВИТОК ДОВІЛЬНОЇ УВАГИ ДОШКІЛЬНИКІВ В ІГРОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 167

Галаш Д. В.
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЕМОЦІЙНОЇ СФЕРИ УЧАСНИКІВ АТО 169

Желтова Марина
КАТЕГОРІЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ 170

Зайченко Катерина
ВПЛИВ ІНДИВІДУАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА ГЕНДЕРНУ ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ У ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ 171

Запорожцева Кристина
ДЕПРЕСІЙНИЙ СТАН У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ 173

Захаренко Інесса
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ВАГІТНИХ ЖІНОК 174

Зеленська Юлія
ВПЛИВ ОСОБИСТИХ ТА ДІЛОВИХ ЯКОСТЕЙ КЕРІВНИКА НА СОЦІАЛЬНО – ПСИХОЛОГІЧНИЙ КЛІМАТ У КОЛЕКТИВІ 175

Зіненко Рената
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ СУПРОВІД ГІПЕРАКТИВНИХ УЧНІВ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ 176

Зюзіна Ганна
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ ПЕДАГОГІВ ЗАГАЛЬНО-ОСВІТНІХ ШКІЛ 177

Калюжна Тетяна
ВПЛИВ ТЕМПЕРАМЕНТУ СТУДЕНТІВ НА СТИЛЬ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТНОЇ СИТУАЦІЇ 179

Козюра Наталія
ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ РІВНЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА МОТИВИ СКОЄННЯ ЗЛОЧИНУ.....180

Крошка Наталія
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ПРОФЕСІЙНО ВАЖЛИВА ЯКІСТЬ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ РАКЕТНО-КОСМІЧНОЇ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 181

Крусір Ріта
ВПЛИВ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО СТРЕСУ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН УЧНІВ В СИТУАЦІЇ СКЛАДАННЯ ЗНО ТА ДПА 183

Кучинова Наталя
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ-МАРКЕТОЛОГІВ.....184

Лєпіна Юлія
ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СТАРШОМУ ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ.....186

Луганська Анна
ВПЛИВ СТИЛЮ ДИТЯЧО-БАТЬКІВСЬКИХ ВІДНОСИН НА ФОРМУВАННЯ УСПІШНОСТІ В ЗРІЛОМУ ВІЦІ 187

Ляхова Юлія
ПРОФІЛАКТИКА ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЯК НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА.....189

Малихіна Ольга
ҐЕНЕЗА САМОПОВАГИ ОСОБИСТОСТІ.....190

Медяник Світлана
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІТЕЙ-ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ ІЗ ЗОНИ АТО 192

Мітіна Алла
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТИЛЮ ДИТЯЧО-БАТЬКІВСЬКИХ ВІДНОСИН ТА МОТИВАЦІЇ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ ПІДЛІТКІВ.....193

Нюдьга Інна
ОСОБЛИВОСТІ КОНФЛІКТНОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ.....195

Оніщенко Ксенія
ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО ШКОЛИ.....196

Підкова Юлія
МОТИВАЦІЯ САМООСВІТИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ПСИХОЛОГІЯ» 198

Плахоніна М.А.
СПІВВІДНОШЕННЯ МІЖ ФЕНОМЕНОМ АКАДЕМІЧНОЇ ОБДАРОВАНОСТІ ТА ПРОЦЕСОМ УЯВИ.....199

Пятник Оксана
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ТИПОМ ГЕНДЕРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ТА ФЕНОМЕНАМИ МІЖГРУПОВОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ 200

Ремпель Жанна
ПСИХОЛОГО-УПРАВЛІНСКІ ДЕТЕРМІНАНТИ КОМАНДОУТВОРЕННЯ В НЕДЕРЖАВНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ.....202

Самохвалова Т.С
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖОСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ 203

Самсонова Вікторія
ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІГОР В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ДОШКІЛЬНИКІВ 205

Скорбич Юлія
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ КОГНІТИВНИХ ТА ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ ПРИ ПЕРЕГЛЯДІ ЕКСТРЕМАЛЬНИХ СЮЖЕТІВ У ПОСТРАЖДАЛОЇ КАТЕГОРІЇ НАСЕЛЕННЯ 206

Сошина Юлія
ЗМІСТОВА СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНО-СМИСЛОВИХ НАСТАНОВЛЕНЬ ПІДЛІТКІВ 207

Стадніченко Н. О.
СОЦОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ ГЕРОНТОЛОГІЧНОГО ЕЙДЖИЗМУ 209

Тарадюк Ольга
ІНДИВІДУАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕГОЦЕНТРИЧНИХ ОСОБИСТОСТЕЙ 210

Таран Дмитро
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ СИМПТОМОКОМПЛЕСУ ПСИХОЛОГІЇ ЖЕРТВИ 211

Тарасова Анастасія
РІВЕНЬ СТРЕСОСТІЙКОСТІ В ПЕРІОД РАННЬОЇ ДОРОСЛОСТІ 213

Тєрєшина Анастасія
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ ТЕРОРИЗМУ В СУЧАСНОСТІ 214

Титар Юлія
СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ ЕМПАТІЇ У СТУДЕНТІВ РІЗНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ 215

Тюленєва Анастасія
САМООЦІНКА ЯК ФАКТОР АГРЕСИВНОЇ ПОВЕДІНКИ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ... 217

Чикіна Тетяна
ПСИХОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СПРИЙНЯТТЯ ГЕНДЕРНИХ РОЛЕЙ І СТЕРЕОТИПІВ СТУДЕНТАМИ ВНЗ 218

Шабля Анна
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УЯВИ ДОШКІЛЬНИКІВ ІЗ ПОРУШЕННЯМ ПСИХІЧНОГО РОЗВИТКУ 220

Швець Ксенія
ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ МОЛОДІ ДО СІМЕЙНОГО ЖИТТЯ 221

Шепель Ксенія
КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ МЕХАНІЗМІВ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАХИСТУ ОСОБИСТОСТІ 223

Шипко Майя
ЕТИЧНА СВІДОМІСТЬ ОСОБИСТОСТІ: СПЕЦИФІКА СТРУКТУРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ 224

Шульга К.А.
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЧОСТІ ОСОБИСТОСТІ 226

Riasna Katherina
PROBLEM OF AGE PERIODIZATION OF MENTAL DEVELOPMENT 227

СЕКЦІЯ «ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ»

Бакаленко Анна
ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ТИПИ ТЕМПЕРАМЕНТУ» У ЗАГАЛЬНООСВІТНІЙ ШКОЛІ 228

Богатир Діана
УКРАЇНСЬКА КОЗАЦЬКА ПЕДАГОГІКА ЯК ДЖЕРЕЛО ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ОСОБИСТОСТІ 230

Величко Наталія
ОСОБЛИВОСТІ ГОТОВНОСТІ ПЕДАГОГА ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ 231

Гапонова В.
ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ КОЛЕДЖУ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЇХ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ 232

Гришак Олександра, Кащєнко Матвій
ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ ЗАЛЕЖНОСТІ ШКОЛЯРІВ 234

Долинюк Оксана
НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ «МЕНТАЛЬНИХ КАРТ» В ПЕДАГОГІЧНІЙ ПРАКТИЦІ 235

Драгомерецька Анастасія
ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ 237

Ізмайлова Катерина
ФОРМУВАННЯ ОЗДОРОВЧОЇ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ 238

Корнєва Аліна
СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ ПЕРШОКУРСНИКІВ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ 239

Лазько Алла
ТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДІТЕЙ ІНДИГО 241

Мезенець Юлія
ГЕНДЕРНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ КОЛЕДЖУ В ПОЗАНАВЧАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 242

Растворов І.А.
ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ У СТУДЕНТІВ МЕДИЧНОГО КОЛЕДЖУ 243

Ратнікова Марія
СПЕЦИФІКА ГОТОВНОСТІ ПЕРШОКУРСНИКІВ ДО АДАПТАЦІЇ У ВИЩІЙ ШКОЛІ 245

Сімічева Юлія
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПЕДАГОГА ВИЩОЇ ШКОЛИ 246

Тодорова Тетяна
РОЛЬ ГУМАНІСТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ФОРМУВАННІ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА 248

Хачікян Белла
ІНТЕРАКТИВНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ У ВНЗ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ІННОВАЦІЯ 249

Черкун Катерина
ІГРОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК МЕТОД НАВЧАННЯ І РОЗВИТКУ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ 251

Чудновська Яна
ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ МОЛОДИХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОГО ТЕХНІЧНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 252

СЕКЦІЯ «СОЦІАЛЬНА ПЕДАГОГІКА»

Бережко Анастасія
БАТЬКІВСЬКА ЛЮБОВ ЯК ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН 253

Біла Сніжана
СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ СУПРОВІД ДІТЕЙ, ЩО ТИМЧАСОВО ПЕРЕСЕЛЕНІ ІЗ ЗОНИ АТО 255

Вітвіцька Аліна
ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ЗАСОБАМИ ДОЗВІЛЛЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 256

Єрмоленко Катерина
СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ СЛУЖБИ ПРОБАЦІЇ В УКРАЇНІ 258

Жора Оксана
ПІДГОТОВКА МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ДО ПОЗИТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ОДНОЛІТКАМИ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ 259

Корецька Світлана
ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КЕРІВНИКА ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ 260

Курницький Владислав
РОЗВИТОК БАТЬКІВСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗАСОБАМИ ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТЬ 262

Лимарь Олена
ВИХОВНИЙ ВПЛИВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ СІМ'Ї НА ОСОБИСТІСТЬ ДИТИНИ 263

Олійник Ірина
ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ КОЛЕКТИВУ ВОЛЕЙБОЛЬНОЇ КОМАНДИ ПІДЛІТКІВ 265

Сідельнікова Алина
РОЗВИТОК РУХУ «РІВНИЙ - РІВНОМУ» СЕРЕД УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ 266

Суслова Анастасія
СКАУТИНГ ЯК МЕТОД ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ТА МОЛОДІ 268

Таран Надія
ТРУДНОЩІ У ВЗАЄМОВІДНОСИНАХ ПОДРУЖНІХ ПАР ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ 269

Чубар Людмила
РОЗВИТОК ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ МОЛОДІ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В УМОВАХ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ЦЕНТРУ СОЦІАЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ 271

СЕКЦІЯ «МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ»

Артеменко Анатолій
ЗНАХОДЖЕННЯ ЗАГАЛЬНОГО ЧЛЕНУ ОДНІЄЇ ПОСЛІДОВНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ТВІРНИХ ФУНКЦІЙ 272

Балабанова Валерія
КРАВЧУК МИХАЙЛО ПИЛИПОВИЧ – ГЕНІЙ СВОЄЇ ЕПОХИ 274

Дзундза Наталія
ІНТЕРАКТИВНА ДОШКА – ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ 275

Згуровська Інна
ОГЛЯД СУЧАСНИХ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ 277

Кияшко Юлія
РОЗРОБКА КОМП'ЮТЕРНОГО ТРЕНАЖЕРА В СИСТЕМІ ПРОГРАМУВАННЯ SCRATCH ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ УСНОМУ РАХУНКУ УЧНІВ 5-ГО КЛАСУ.....279

Клименко Марина
МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ.....280

Костоглод Богдан
РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ГРОМАДОЮ. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ПОКРОВСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ.....281

Нагорный Максим
ЗАДАЧА О ТРАЕКТОРИЯХ 283

Панченко Анастасия
ЛИНЕЙНЫЕ УРАВНЕНИЯ И КОЛЕБАТЕЛЬНЫЕ ЯВЛЕНИЯ. СИНУСОИДАЛЬНАЯ ВНЕШНЯЯ СИЛА И РЕЗОНАНС 284

Шеметіло Катерина, Сінченко Олена
ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СИСТЕМИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ 287

Хріник Євген
РОЗРОБКА ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ПОВЕРХОНЬ 288

Чеберко Лілія
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ.....289

Шека Анна
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ ОДНІЄЇ ЗАДАЧІ НА ЕКСТРЕМУМ 290

Шупчинська Карина
РОЗВ'ЯЗАННЯ СТАТИЧНОЇ КОНТАКТНОЇ ЗАДАЧІ З УРАХУВАННЯМ ТЕРТЯ МЕТОДОМ НЕЛІНІЙНИХ ГРАНИЧНИХ ІНТЕГРАЛЬНИХ РІВНЯНЬ 292

Яковлева Ірина
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ 293

СЕКЦІЯ «БІОЛОГІЧНІ НАУКИ»

Авксентьєв Владислав
ДОСЛІДЖЕННЯ ОПТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОХІДНИХ ХІНОЛІНУ ТА ЛАКТАТУ 295

Амінов Руслан
ВПЛИВ АНТИГЕНІВ МЕДИЧНОЇ П'ЯВКИ НА ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ МОРФОМЕТРИЧНІ ПОКАЗНИКИ ЩУРІВ НА РАННІХ ЕТАПАХ ПОСТЕМБРІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....296

Амінов Руслан, Даниленко Ірина
ГЕМАТОЛОГІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЩУРІВ НА РАННІХ ЕТАПАХ ПОСТЕМБРІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПРИ ІМУНОСТИМУЛЯЦІЇ БІОЛОГІЧНО АКТИВНИМИ РЕЧОВИНАМИ МЕДИЧНОЇ П'ЯВКИ В ПРЕЕМБРІОНАЛЬНИЙ І ЕМБРІОНАЛЬНИЙ ПЕРІОД 297

Атамась Анатолій
ДОБОВА АКТИВНІСТЬ FORMICA RUFA (HYMENOPTERA,FORMICIDAE) НА ТЕРИТОРІЇ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ 298

Ашифіна Анастасія
ПОКАЗНИКИ АНАТОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДИХАЛЬНОЇ СИСТЕМИ У ЛЮДЕЙ ЧОЛОВІЧОЇ СТАТІ ПУБЕРТАТНОГО ВІКУ АСТЕНІЧНОГО ТИПУ КОНСТИТУЦІЇ.....298

Багаченко Вікторія
СТІЙКІСТЬ РІЗНИХ ВИДІВ ГІРЧИЦІ ДО ДІЇ СТРЕСОВИХ ФАКТОРІВ НА РАННІХ ЕТАПАХ ОНТОГЕНЕЗУ.....300

Баженова Еліна
ЕКСТРАКТ АЛОЕ В ПЛАВЛЕНОМУ СИРІ, ЯК ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ЗБАГАЧЕННЯ ВІТАМІНАМИ.....301

Бекасова Олександра
ПОКАЗНИКИ ЛЕЙКОЦИТАРНИХ ІНДЕКСІВ ПРИ СИНДРОМІ ГІПЕРСТИМУЛЯЦІЇ ЯЄЧНИКІВ.....302

Бикова Тетяна
ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ НАФТОПРОДУКТІВ У ВОДНИХ ОБ'ЄКТАХ, У ЯКІ ПОСТУПАЮТЬ В ЗЛИВНІ ВОДИ ПІДПРИЄМСТВ М. ЗАПОРІЖЖЯ.....303

Біла Валентина
ЩЕПЛЕННЯ ТРАВ'ЯНИСТИХ РОСЛИН.....305

Білоконь Денис
ЕКОЛОГІЯ ТА ЧИСЕЛЬНІСТЬ ВИДУ CETONIA AURATA НА ТЕРИТОРІЇ О.ХОРТИЦЯ....305

Близнюк Юрій
ПРОГНОЗУВАННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОХІДНИХ ([5-АМІНО)-1,3,4-ОКСАДІАЗОЛ-2-ІЛ]МЕТИЛ)АКРИДОНУ.....306

Бондаренко Аліна
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ХЛОРОФІЛЬНОЇ МУТАЦІЇ, ТИПУ «VIRIDIS»ТА ЧУТЛИВІСТЬРОСЛИНИ СОНЯШНИКУ ДО ЗАСОЛЕННЯ Na_2SO_4.....308

Бондаренко Надія
ВИКОРИСТАННЯ ПРОТОННОГО МАГНІТНОГО РЕЗОНАНСУ ТА МАС-, ХРОМАТО-МАС-СПЕКТРОМЕТРІЇ ДЛЯ ПІДТВЕРДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ОРГАНІЧНИХ СПОЛУК (ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ).....309

Веселков Артем
ВИЗНАЧЕННЯ САЙТІВ ЗВ'ЯЗУВАННЯ ПОХІДНИХ ХІНОЛІН-4-ТІОЛУ З ПРЕДСТАВНИКАМИ КЛАСІВ ФЕРМЕНТІВ ОКСИДРЕДУКТАЗ, ГІДРОЛАЗТА ТРАНСФЕРАЗЗА ДОПОМОГОЮ МОЛЕКУЛЯРНОГО ДОКІНГУ.....310

Волошина Вікторія
«ВАРІОТОЗ БДЖІЛ ТА МЕТОДИ БОРОТЬБИ З НИМИ НА ПАСІКАХ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ».....312

ГлинянськаАнастасія
ВИВЧЕННЯ ОДНОРІЧНИХ ДИКИХ ВИДІВ РОДУ LINUM.....312

Гречко Катерина
ОСОБЛИВОСТІ ДОБОВИХ ЗМІН КРОВОТОКУ ШКІРИ У СПОРТСМЕНІВ І НЕСПОРТСМЕНІВ.....313

Джос Марина
ЗООПЛАНКТОН ШТУЧНИХ ОЗЕР ПАРКУ «ПЕРЕМОГИ» МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ.....315

Євлаш Аліна
СИНТЕЗ ТА ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ (2-R-ХІНОЛІН-4-ІЛСУЛЬФАНІЛ) КАРБОНОВИХ КИСЛОТ.....316

Ємелін Дмитро, Крупєй Кристина
РОЗВИТОК ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ.....318

Єфіменко Інна
МОРФОМЕТРИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАСІННЯ ЛІНІЙНОГО МАТЕРІАЛУ СОНЯШНИКА.....319

Єфімова Юлія
АНТРОПОГЕННИЙ ВПЛИВ НА ВИДОВИЙ СКЛАД ТА МОРФО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ РИБ У ВОДОЙМАХ УКРАЇНИ.....320

Забавка Ганна
ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РІЗНИХ ГЕНОТИПІВ ALCEA ROSEA L. ЗА ОЗНАКАМИ ДЕКОРАТИВНОСТІ.....321

Іванова Ксенія
ФАГОЦИТАРНА АКТИВНІСТЬ НЕЙТРОФІЛІВ ПРИ СИНДРОМІ ГІПЕРСТИМУЛЯЦІЇ ЯЄЧНИКІВ.....322

Камєнова Оксана
МОРФО-ФІЗІОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ МІКРООРГАНІЗМІВ, ВИДІЛЕНИХ З ВІДВАРІВ ЛІКАРСЬКИХ ТРАВ.....323

Капустін Сергій
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УЛЬТРАФІОЛЕТОВОГО ВИПРОМІНЮВАННЯ, ЯК МЕТОДУ ДЕЗІНФЕКЦІЇ У БДЖІЛЬНИЦТВІ.....325

Кіріченко Дар'я
ЛЕЙКОГРАМА КРОВІ У ХВОРИХ ІЗ НЕГОСПІТАЛЬНОЮ ПНЕВМОНІЄЮ.....326

Кленіна Анастасія
РІЗНОМАНІТНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІОНСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ ТА ГАЛУЗІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ.....327

Клименко Маргарита
ПОТЕНЦІОМЕТРИЧНЕ ТИТРУВАННЯ РОЗЧИНІВ АСКОРБІНОВОЇ КИСЛОТИ.....328

Клочко Вікторія
ВИКОРИСТАННЯ ГІБІСКУ СИРІЙСЬКОГО В ЗЕЛЕНОМУ БУДІВНИЦТВІ М. ЗАПОРІЖЖЯ.....329

Коваленко Аліна
ВИДОВИЙ СКЛАД ІНДИВІДУАЛЬНОЇ КОНСОРЦІЇ ДУБА ЗВИЧАЙНОГО (QUERCUS ROBUR L.) НА ТЕРИТОРІЯХ З РІЗНИМ АНТРОПОГЕННИМ ВПЛИВОМ М. ЗАПОРІЖЖЯ.....330

Кузьміна Анастасія
ГРУПОВА РОБОТА НА УРОКАХ ХІМІЇ.....332

Куліченко Олена
РІЗНОВИДИ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ІОНОСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ З РІДКИМИ ПЛАСТИФІКОВАНИМИ МЕМБРАНАМИ.....332

Курган Ілона
ІОНСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ З ПОЛІМЕРНИМИ ПЛАСТИФІКОВАНИМИ МЕБРАНАМИ.....333

Курило Анастасія, Цапік Т.Ф.
РОЛЬ АГРОТЕХНІЧНИХ ПРИЙОМІВ В РЕГУЛЮВАННІ ЧИСЕЛЬНОСТІ ВНУТРІШНЬОСТЕБЛОВИХ ШКІДНИКІВ НА ПОСІВАХ ЗЕРНОВИХ КОЛОСОВИХ КУЛЬТУР.....334

Куценко Денис
ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОЛЕННЯ ҐРУНТІВ НА ВИРОЩУВАННЯ ОДНОРІЧНИХ РОСЛИН З РОДУ ASTER 336

Лимарь Євгенія
МЕМБРАНИ РІДИННИХ ІОНОСЕЛЕКТИВНИХ ЕЛЕКТРОДІВ ТА ПРИНЦИП ЇХ РОБОТИ 336

Лисак Олександра
ПРОЯВ ДЕКОРАТИВНИХ ОЗНАК РОСЛИН РОДУ НАСТУРЦІЯ 338

Лідовський Іван
ЕКОЛОГІЧНИЙ СТАН ПОСТТЕХНОГЕННИХ І ТЕХНОГЕННИХ ЛАНДШАФТІВ БАСЕЙНУ РІЧКИ МОКРА МОСКОВКА 339

Лісовецька Вікторія
МОРФОЛОГО-АНАТОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГІБІСКУ КИТАЙСЬКОГО 340

Мартьянова Антоніна
КЛАСИФІКАЦІЯ, АСОРТИМЕНТ І ЦІННІСТЬ КАВИ 342

Марченко Марина
ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ 2,5% КЕФІРУ І ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЙОГО ЯКОСТІ 343

Матвиенко Анастасия
ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СТРУКТУРА ПОПУЛЯЦИИ ЛАНИ В ЛЕТНЕ-ОСЕННИЙ ПЕРИОД НА ТЕРРИТОРИИ АЗОВО-СИВАШСКОГО НАЦИНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКА 343

Матюха Ніна
ПОРІВНЯННЯ КІЛЬКОСТІ ВОЛОСКІВ НА ВЕРХНЬОМУ ТА НИЖНЬОМУ ЕПІДЕРМІСУ ЛИСТКІВ ЛУНАРІЇ РІЗНИХ ГЕНОТИПІВ 345

Місірук Марія
ВПЛИВ МІДІ (II) НА КОНЦЕНТРАЦІЮ ТБК-АКТИВНИХ ПРОДУКТІВ У ДРІЖДЖОВИХ КЛІТИНАХ 345

Міщенко Каріна
ВИКОРИСТАННЯ ЛІКАРСЬКИХ РОСЛИН В ОЗЕЛЕНЕННІ ПРИВАТНИХ САДИБ 347

Нестеренко Каріна
ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ ВАЖКИХ МЕТАЛІВ В ДИТЯЧИХ ТОМАТНИХ КЕТЧУПАХ 348

Оруджова Алина
ОСОБЕННОСТИ LINUM GRANDIFLORUM ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ В ОЗЕЛЕНЕНИИ 349

Паламарчук Анастасія
ВПЛИВ СВІТЛОВОГО РЕЖИМУ ЗБЕРІГАННЯ РОСЛИННОЇ ОЛІЇ НА ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЙОГО ЯКОСТІ 350

Пальчик Анастасія
ВПЛИВ АНІОНІВ СОЛЕЙ ЦИНКУ НА СИНТЕЗ ПІГМЕНТУ У ДРІЖДЖІВ RHODOTORULA AURANTIACA Y-1193 351

Панова Інна
ОСОБЛИВОСТІ МОРФОЛОГІЧНИХ ЗМІН ЕПІТЕЛІАЛЬНИХ КЛІТИН СЛИЗОВОЇ ОБОЛОНКИ ПІХВОВОЇ ЧАСТИНИ ШИЙКИ МАТКИ У ЖІНОК РЕПРОДУКТИВНОГО ВІКУ 353

Панченко Артур
ДОСЛІДЖЕННЯ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ ВОДИ СТАВКІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ 354

Петров Семен
КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ НАФТОПРОДУКТІВ 355

Руденко В'ячеслав
СТАН ЗАБРУДНЕННЯ ГРУНТІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ КСЕНОБІОТИКАМИ..... 355

Руднева Анна, Вовк Алла
ВИКОРИСТАННЯ ПРЕДСТАВНИКІВ РОДУ LINUM L. В КВІТКОВОМУ ДИЗАЙНІ 357

Самойлович Даниїл
ОСОБЛИВОСТІ БУДОВИ ХЛОРОФІЛЬНИХ МУТАНТІВ ЛЬОНУ ОЛІЙНОГО НА СТАДІЇ СХОДІВ 358

Світилко Ігор
МЕТОДИ СЕЛЕКЦІЙНОЇ РОБОТИ З ЛЬОНОМ ОЛІЙНИМ 359

Семенова Анастасія
ВПЛИВ ВІТАМІНІВ НА ЯКІСТЬ РОЗСОЛУ РОЗСОЛЬНИХ СИРІВ ПРИ ЗБЕРІГАННІ 360

Скорик Анастасія
ЕКСТРАКЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КАТІОНУ АЛКІЛДИМЕТИЛБЕНЗИЛАМОНІЙ ХЛОРИДУ НА МЕЖІ РОЗПОДІЛУ ФАЗ ВОДА-НІТРОБЕНЗЕН 360

Сокирко Надія
МОРФОФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОКАЗНИКІВ СПЕРМИ ТА КОНЦЕНТРАЦІЯ ПРОСТАТИЧНОЇ КИСЛОЇ ФОСФАТАЗИ СИРОВАТКИ КРОВІ ПРИ ХРОНІЧНИХ ЗАХВОРЮВАННЯХ РЕПРОДУКТИВНОЇ СИСТЕМИ 362

Сорокина Дар'я
ВПЛИВ Cr^{6+} ТА Ni^{2+} НА СИНТЕЗ КАРОТИНОЇДІВ У ДРІЖДЖІВ..... 363

Сорокина Олександра
БІОІНДИКАЦІЯ ПОВЕРХНЕВО-АКТИВНИХ РЕЧОВИН У ВОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЗА ДОПОМОГОЮ ДРІЖДЖОВИХ КЛІТИН 364

Тевікова Віра
ПОТЕНЦІОМЕТРИЧНЕ ТИТРУВАННЯ ПОХІДНИХ ХІНОЛІНУ (ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ) ..365

Теплова Яна
КОНТРОЛЬ ФІЗИКО-ХІМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ШОКОЛАДУ 366

Урбанська Дар'я
ОПТИМІЗАЦІЯ ВИБОРУ БІОПОЛІМЕРНИХ МАТРИЦЬ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ ХАРЧОВИХ АРОМАТИЗАТОРІВ 367

Фокін Олексій, Христенко Ірина
ВПЛИВ ЙОНІВ SO_4^{2-} ТА CO_3^{2-} НА ПРОРОСТАННЯ НАСІННЯ ЛУНАРІЇ 368

Хімій Альона
ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ ФЕРУМУ ТА НІКЕЛЮ У ВОДНИХ ОБ'ЄКТАХ, У ЯКІ ПОСТУПАЮТЬ ЗЛИВНІ ВОДИ ПІДПРИЄМСТВ М. ЗАПОРІЖЖЯ 369

Ціомашко Євген
ВИКОРИСТАННЯ СОРТІВ ЧАЙНО-ГІБРИДНИХ ТРОЯНД В ОЗЕЛЕНЕННІ МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ ТА ЇХ МОРФОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ 370

Чарієва Огулменли
ВПЛИВ ЙОНІВ Cl^- НА ПРОРОСТАННЯ НАСІННЯ ЛУНАРІЇ..... 372

Шеремет Катерина
СТАН ДЕРЕВНИХ НАСАДЖЕНЬ В УМОВАХ АНТРОПОГЕННОГО ЗАБРУДНЕННЯ М.ЗАПОРІЖЖЯ 373

Шкребтан Ілона
ФІЗІОЛОГІЧНИЙ ВІК І ТЕМПИ СТАРІННЯ СТУДЕНТІВ БІОЛОГІЧНОГО ФАКУЛЬТЕТУ РІЗНОЇ СТАТІ.....374

Шумлянська Ксенія
БІОХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ КРОВІ ВАГІТНИХ ЖІНОК РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУП ІЗ ГЕМОЛІТИЧНОЮ АНЕМІЄЮ 375

Щербіна Олександріна
ГЕМАТОЛОГІЧНІ ПОКАЗНИКИ КРОВІ У ВАГІТНИХ ЖІНОК ІЗ НЕГОСПІТАЛЬНОЮ ПНЕВМОНІЄЮ.....376

Щербіна Олександріна
БІОХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ КРОВІ ВАГІТНИХ ЖІНОК РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУП ІЗ ГЕМОЛІТИЧНОЮ АНЕМІЄЮ.....377

«МОЛОДИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Марковцева Тетяна
ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ УМОВ НА РІСТ І РОЗВИТОК ШТОК – РОЗИ.....378

Почапська Вероніка
ФІТОСАНІТАРНИЙ МОНІТОРИНГ ЛУСКОКРИЛИХ ФІТОФАГІВ ТА ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ СИНТЕТИЧНИХ СТАТЕВИХ ФЕРОМОНІВ В САДАХ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ.....379

ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

Збірник наукових праць
студентів, аспірантів і молодих вчених
«Молода наука-2016»

Відповідальна за випуск:
Голова НТСАДМВ ЗНУ,
к.філол.н., доцент
Пирогова К.М.

Дизайн обкладинки:
Баранова Дарина

Адреса редакційної колегії:
Запорізький національний університет
69600, м. Запоріжжя, вул. Леппіка, 33, каб. 327
тел. (061) 228-75-40
E-mail: studnauka.znu@gmail.com

Підп. до друку 23.05.16 Формат 60×90/16. Папір офсетний.
Друк цифровий. Умовн. друк. арк. 24,8
Замовлення №. 208 Наклад 7 прим.

_____

Запорізький національний університет
69600, м. Запоріжжя, МСП-41
вул. Жуковського, 66
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2952 від 30.08.2007