МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РАДА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ МДУ

ДЕБЮТ

Збірник тез доповідей студентів

ФАКУЛЬТЕТУ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Маріуполь – 2018

ББК 94 я 43
УДК 08 (063)

Дебют : збірник тез доповідей студентів факультету філології та масових комунікацій за результатами участі в Декаді студентської науки – 2018 / за заг. ред. д. політ. н., проф. К.В. Балабанова, д. е. н., проф. О.В. Булатової. – Маріуполь, 2018. – 273 с.

Редакційна колегія: д. філол. н., проф. Безчотнікова С.В.; Вялкова І.О., к. філол. н., доц. Мельничук І.В.; к. філол. н., доц. Нетреба М.М.; к. пед. н., доц. Брежнєва О.Г.; к. психол. н., доц. Варава Л.А.; д. пед. н., доц. Осіпцов А.В.; к. психол. н., доц. Стуліка О.Б.

Матеріали збірника висвітлюють результати науково-дослідної роботи студентів МДУ, які присвячені питанням мовознавства, літературознавства, соціальних комунікацій, педагогічної науки та сучасної психології.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Радою молодих вчених Маріупольського державного університету (протокол № 5 від 27 лютого 2018 р.).

Редакція не несе відповідальності за авторський стиль тез, опублікованих у збірнику.

© Маріупольський державний
університет, 2018

УДК 821.161.2 – 31. 09 **Збуринь Г. М.**

ЖІНОЧА ДОЛЯ В ХУДОЖНІЙ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ СВІТЛАНИ ТАЛАН: РОМАН «НЕ ВУРДАЛАКИ»

Дослідженню художньої інтерпретації образу жінки в літературі присвячено чимало критичних праць. Зокрема, в українському літературознавстві ця проблема представлена у дослідженнях таких науковців, як О. Теліга, Н. Зборовська, Н. Білоус, Г. Кошарська, Л. Демська-Будзуляк. Нині в українській літературі з'явилося надзвичайно яскраве і на диво численне сузір'я жінок-письменниць, серед них поважне місце посідає Світлана Талан.

Світлана Талан – одна з найвідоміших письменниць сьогодення. Її твори читають із великим задоволенням люди різного покоління. Сама ж Світлана Талан орієнтує свою творчість на молодих людей, бо від того, як буде сформована їхня свідомість, яким буде в них світогляд, залежить майбутнє країни.

Романи Світлани Талан мають переважно гостросоціальну тематику. Вона описує реальні життєві історії. У центрі уваги письменниці – жінка-українка, вольова, зворушлива, ніжна, але така нещасна; жінка-трудівниця; жінка, яка не скорялася тяжкій, безправній долі, а ставала на захист своїх людських прав, несла в життя струмінь любові й ніжності.

Так, наприклад, роман «Не вурдалаки» (2013 р.) - це сповідь старої жінки, яка через усе життя пронесла найщиріші почуття. Марія веде свою оповідь з дитинства. На її долю випало чимало страждань. Найтяжче випробування – війна. Ще з дитинства, вона малесенька бігала на поле збирати колоски, щоб було що їсти родині. Піклувалася про молодших брата та сестру. Допомагала матері, бо бачила як їй тяжко: «Я хочу щось зробити, щоб допомогти мамі, але не можу ні на чому зосередитися. То біжу полоти на город, то до річки чистити каструлі, то прати на кладці біля річки» [1, с. 23]. Марія, незважаючи на матеріальну скруту, докладала всіх зусиль, аби здобути вищу освіту. Як типова «радянська жінка», вона мріє будувати світле майбутнє. Вона є прикладом гарної дружини, люблячої матері, мудрої порадниці. Навіть коли Марія дізналася про зраду чоловіка і що у нього є донька, вона змогла прийняти цю дитину і виховувати, як свою рідну: «Мені було так боляче, що не можна передати словами, але я йому пробачила. Мало того, я прийняла його дитину як свою» [1, с. 96]. Не дивлячись на те, що церква була заборонена, Марія все рівно ходила до неї: «Твій ідол – Володимир Ілліч. Його портрет висить на почесному місці в нашій кімнаті – над шафою з книжками. А мій, як ти назвав, ідол, – я дістала із сумочки «Молитвослов» та ікону, – буде стояти під ним, у закритій шафі біля книжок» [1, с. 121]. Так Марія проявляла свою нескореність перед владою, показуючи свою жіночу силу.

Образ матері Марії представлений, як образ-символ майже всіх матерів, що у воєнний час не лише доглядали і виховували своїх дітей, але й несли на собі важкий тягар відповідальності за відновлення господарства, зруйнованого війною. Світлана Талан розкриває образ жінки-матері багатогранно, показуючи її і в повсякденній праці та клопотах по господарству, і у стосунках з дітьми, і в її спогадах та думках. У романі показано, наскільки вона виснажена щоденною працею й турботами за власну родину, але вона не береже себе і власне здоров'я: «А твоя мати все життя недоїдала, важко працювала, то її організм не зміг здолати недугу» [1, с. 195]. Через це і помирає: «Я дивилася на матусю в домовині. Вона була тиха, ніби стомившись від буденного життя, заснула. Моя люба матуся була ще молода, їй було лише п'ятдесят років» [1, с. 197].

З особливим драматизмом Світлана Талан змальовує образ жінки-матері, жінки-страдниці, яка втрачає свою дитину. У творах письменниці тема материнського божевілля, як правило, виникає на тлі загибелі власної дитини. Тьотю Марії зґвалтував німець. Вона хотіла позбутися

дитини, але народила її. Героїня предстала перед нами сильною жінкою, яка попри страждання виростила сина, але йому судилося рано померти: «Він занедужав, заслаб, почав худнути та погано їсти. Наш Стьопочка тихенько помер. Тьотя кричала, рвала на собі волосся, билася об землю. Померла вона. Від туги за дитиною померла» [1, с. 143].

Також образ жінки-матері, яка хотіла кращого майбутнього для своєї дитини представлений в образі тьоті (маминої сестри). Вони поїхала з донькою з села: «Я не хочу, щоб моя дитина на все життя залишилася працювати в колгоспі та жити в селі» [1, с. 101]. Сильна духом жінка, яка йде працювати в шахту на рівні з чоловіками, щоб забезпечити своїй дитині краще майбутнє. Вона домоглася, щоб їй дали квартиру, доньку відправила вчитися. Але трапилось лихо: «Одного дня на шахті сталася аварія. Саме в цій зміні працювала її мати. Шансів на життя лікарі їй зовсім не давали, але мама дивом вижила, – розповіла Наталія. – Вона залишилася на все життя прикутою до ліжка та сліпою» [1, с. 213].

Кожна сторіночка цієї книги сповнена болю та втіхи за успіхи чи невдачі родини, смутку та радості, відчаю та захоплення, гнітючої зневіри та всепоглинаючого кохання, що, здається, ладне пробачити навіть зраду.

Жінки в романі «Не вурдалаки» припускаються помилок на своєму життєвому шляху, але тримають у серці любов до дітей, чоловіка, Батьківщини. Жіночий образ у письменниці посідає головне місце серед творчого доробку. Жінки в романах Світлани Талан мріють про щось неземне, про гарне і вічне.

На прикладі однієї звичайної родини, яких мільйони проживали на теренах СРСР, письменниця зображує портрет цілої епохи. Одна проста людська історія пов'язує між собою голодні довоєнні роки, коли люди важко працювали у колгоспах за трудодні, жахіття війни, життя у післявоєнні роки, а також пострадянський час: «лихі дев'яності», заробітчанство, порожні полиці в магазинах і мізерні пенсії.

Характерним для романів Світлани Талан є те, що вона показує читачеві неймовірні перипетії долі, які є досить логічними в повсякденному житті, але ми через свою постійну заклопотаність не помічаємо цього і лише в книжці ми звертаємо увагу на ті чи інші життєві проблеми, які доводиться вирішувати. Світлана Талан в одному із своїх інтерв'ю сказала, що з кожною героїнею вона проживає її життя. Письменниця залишає їй частинку своєї душі, свого серця, але від цього не стає біднішою, навпаки – багатіє від цього. І якщо та частинка доброти, щирості та любові, якими сповнені її героїні, зроблять цей світ хоча б на крихту добрішим, вона буде відчувати себе по-справжньому щасливою.

Отже, в ідейно-художньому осмисленні образу жінки-матері можна побачити створений Світланою Талан образ багатостраждальної жінки-берегині. Такий образ жінки письменниця увиразнює багатьма рисами, що підкреслюють трагічність української жіночої душі.

Література

1. Талан С. Не вурдалаки / Світлана Талан. – Х.: Книжковий Куб «Клуб сімейного дозвілля», 2013. – 290 с.

УДК 372.882

Кірюта К.П.

ТВОРИ ЛІРИЧНОГО РОДУ У ВИМІРАХ ПЕДАГОГІКО-ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Ліриці шкільна програма відводить багато місця і в старших, і в середніх класах. Вона містить у собі великі можливості для формування людини.

Ліричні твори допомагають проникнути у внутрішній світ людини, відкрити і зрозуміти її устремління, мрії, думки, ставлення до навколишньої дійсності. Але образи ліричного твору

здатні викликати емоційну реакцію у читача лише за певних умов, коли враховується специфіка ліричних образів, особливості відтворення явищ дійсності.

Проблема вивчення ліричних творів давно привертала увагу методистів, оскільки сприймання й усвідомлення її учнями – процес складний і неоднозначний. Сучасні вчені А.Ситченко, Г.Токмань, О.Куцевол, Л.Мірошниченко, В.Шуляр пропонують різні підходи до вирішення проблеми. Пошуки дослідників сходяться на тому, що засвоєння знань, розвиток художнього мислення, ідейно-моральне й естетичне виховання школярів при вивченні лірики здійснюється успішно в тих випадках, коли та чи інша концепція, той чи інший висновок не даються їм у готовому вигляді, а здобуваються через пошук, відкриття істини, виражену поетом.

Ліричний твір, як і будь-який інший твір мистецтва, становить органічну єдність змісту і форми. Особа, почуття і думки якої виражені в поезії, називається ліричним героєм (поетичний тип епохи).

Деякі літературознавці (Л.Тимофєєв) і методисти (І.Пилипеко) розрізняють «зміст» ліричного твору у трипланoвому вимірі: безпосередній (почуття, переживання), ідейний (суб’єктивне ставлення поета до зображуваного), об’єктивно-історичний (причини появи вірша). Лірика буває багатотемною і багатоідейною.

Форма ліричного твору – це сукупність художніх прийомів і засобів вираження змісту (жанр, композиція, образи). Естетично значущими елементами художньої форми є лексика, тропіка і стилістика ліричного твору.

Кожна деталь форми ліричного твору , взята окремо, не має самостійного значення, її можна зрозуміти лише в контексті цілого. Той твір є художньо досконалим у якому досягнуто гармонійної єдності змісту і форми.

У шкільній практиці зустрічаються три основні шляхи вивчення ліричної поезії.

Перший шлях можна охарактеризувати як тематичний, оскільки в його основі лежить відстеження певних тем (мотивів) у низці ліричних творів. При такому підході до організації роботи над поезією представляється можливість широко ознайомити з нею учнів. Однак, як правило, при цьому не розглядаються твори в цілому, а в них виокремлюються лише певні мотиви, характерні для поета, і в зв'язку з цим прочитуються відповідні уривки. Такий підхід Є.Пасічник називав оглядовим виченням лірики.

Наступний шлях – це засвоєння ліричних творів паралельно з біографією поета. У цьому випадку передбачені для вивчення ліричні твори текстуально опрацьовуються на етапі ознайомлення учнів з тим періодом життя поета, коли вони були створені. При цьому учні сприймають твір у його живому зв'язку з особистістю поета, з тими фактичними умовами, в яких він створювався. Але при цьому їх увага в основному зосереджується на особистості поета, а лірика сприймається лише як ілюстрація до етапів його біографії, і її типовий сенс абсолютно втрачається.

Третій шлях передбачає сприйняття і розгляд лірики після знайомства учнів з життям і діяльністю поета. У цьому випадку після загальної характеристики ліричної творчості поета детально вивчаються окремі твори, найбільш значні, зазвичай передбачені програмою для текстуального вивчення.

Сучасний учитель увесь час перебуває в пошуку і у розробках конспектів уроків, які опубліковані у періодичних виданнях, усе частіше можна простежити шлях індивідуального підходу до кожного ліричному твору, що дозволяє урізноманітнити і активізувати методи, прийоми і форми вивчення лірики. Вивчення ліричної поезії таким шляхом проходить через такі етапи:

- ознайомлення учнів з важливими, характерними особливостями ліричної творчості поета;
- вивчення окремих (передбачених програмою) віршів;
- з'ясування значення ліричної творчості поета в історії розвитку літератури і громадської думки, підбиття підсумків.

Основне завдання вчителя полягає в тому, щоб з'ясувати, якою мірою учні вже знайомі з лірикою поета, до вивчення творчості якого вони повинні приступити, і в тому, щоб, не повторювання вже відомого учням, відкрити їм нові сторони в характері ліричної творчості поета і намітити перспективу вивчення та оцінки його творів.

У старших класах є доцільним інший підхід до вивчення ліричного твору: його аналізують із врахуванням контексту всієї творчості автора. Тут можна запропонувати три різних шляхи:

1. Розгляд вірша у тематичному контексті. Він передбачає оглядове ознайомлення з провідними темами і мотивами у спадщині поета і визначення у ній місця та специфічних особливостей конкретного вірша.
2. Засвоєння вірша паралельно з біографією поета. Тут важливо тримати постійний зв'язок з особистістю автора, з фактичними умовами, в яких створювався вірш. Тобто лірика стає своєрідною ілюстрацією до окремих етапів життя письменника.
3. Вивчення ліричного твору після знайомства з життям і діяльністю поета, після усвідомлення загальних концепцій його творчості та найхарактерніших стильових особливостей митця. При такому шляху конкретний твір буде розкривати або поглиблювати розуміння тієї чи іншої грані таланту його автора.

Поряд із запропонованими шляхами аналізу можливі і більш вільні форми і прийоми роботи над лірикою, спрямовані, перш за все, на розвиток читацької самостійності. Це, насамперед, бесіда евристичного характеру, індивідуальна робота за питаннями, а потім колективний обмін думками, або ж відповідь-звіт кількох учнів і їх оцінка іншими. Можна також побудувати аналіз навколо одного центрального питання, що створює проблемну чи пошукову ситуацію (наприклад, полемічне висловлювання про вірш літературознавця). Дієвими формами роботи на уроці зарекомендували себе учнівські міні-проекти, портфоліо, засідання літературних віталень і майстер-класів.

Література

1. Алексєєва Т. Проблема літературної освіти в школі // Українська мова і література в школі. – 2004. – №6. – С.28.
2. Дроздовський Д. Концепція літературної освіти: теоретичні перспективи і стратегічні загрози // Дивослово. – 2011. – №6. – С.2–5.
3. Пасічник Є.А. Методика викладання української літератури в середніх навчальних закладах: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів освіти / Є. А. Пасічник. – К. : Ленвіт, 2000. – 384 с.
4. Галич О. Теорія літератури: Підручник/ О.Галич, В.Назарець, Є.Васильєв. – Київ: Либідь, 2001. – С.251-340.

УДК 372.882 **Ковальова В.І.**

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ НА УРОКАХ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сучасна программа шкільного курсу зарубіжної літератури передбачає використання порівняльного літературознавства як методу рецепції художнього тексту. Проблема використання і, головне, практичної доцільності порівняльного методу у шкільній освіті, власне, і є предметом уваги даноїстатті.

Компаративістика, за визначенням літературознавчого словника-довідника Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва та ін., – це "порівняльневивчення фольклору, національних літератур, процесів їх взаємозв'язку, взаємодії, взаємовпливів на основі порівняльно-історичного підходу (методу)" [1, с. 369]. Як бачимо з поданого визначення, поняття компаративістики тіснопов'язане з поняттям взаємовпливів. Визначення поняття "художнівзаємовпливи"

надається у посібнику за ред. О. Галича: "Художні взаємовпливи – це різного характеру впливи одних мистецьких явищ на інші, розмаїті форми впливу всередині літератури чи взаємозв'язки сучасної літератури з художньою культурою минулих епох, звернення до творчості різних народів" [2, с. 445]. Компаративістика як метод вивчення літератури складалася упродовж XIX ст., але її елементи з'явилися в літературно-критичних працях ще в епоху античності. Контактні зв'язки – це документально засвідчені взаємини між письменниками і відповідно школами, течіями, літературами. Д. Наливайко так зазначив особливості вивчення контактних зв'язків: "... Мета полягає в документально підтвердженому встановленні, що певний письменник був обізнаний з творчістю іншого письменника і зазнав його впливу, що певний мотив чи герой, особливість жанрової структури твору чи стилю запозичені чи привнесені..." [4, с. 39]. У процесі вивчення історико-літературної наступності важливо знайти не окремі елементи схожості, а те, що певною мірою характеризує спільність творчих задумів, єдність або близькість ідейно-естетичних принципів. Причому, коли ми маємо справу з творчістю справжніх майстрів, кожний прояв спадковості – це новаторський акт, художнє відкриття.

Часто у художній літературі вбачали позаестетичний зміст, розглядали і використовували її образний світ як ідеологічний засіб і, таким чином, ігнорували художнюа втономність мистецтва. Методи навчання літератури в такому разі були генетично споріднені із нав'язуванням ідеологічних стереотипів, однозначною інтерпретацією художніх явищ, з їх спрощеною оцінкою. Напевне, саме тому багатющий потенціал ідей, концепцій, понять, які виробила світова літературознавча думка XIX–XX ст., не знайшов свого реального відображення в шкільному курсі викладання літератури, і як наслідок маємо одноманітні методи роботи з твором, спрощене, а нерідко й спотворен еуявлення про світ художньої літератури. Навіть такій важливій і самоочевидній грані національної літератури, як її включеність до глобального всесвітнього літературного процесу, її зв'язки з іншими регіональними літературами, приділялося мало уваги. Важливо, щоб учні усвідомили глибинні, сутнісні відмінності між національними культурами, невід'ємною складовою яких є література, пізнали самобутні, специфічні риси естетичної свідомості свого народу. Але не менш важливим є те, щоб діти відчули симфонічний, діалогічний характер української літератури.

Компаративний підхід допоможе усвідомити літературний процесс і культуру як єдину систему текстів, причому систему діалогічну, багаточасову, відкриту. Тому нині назріла необхідність спеціального цілеспрямованого дослідження закономірностей компаративного вивчення шкільного курсу літератури з урахуванням релігійного, культурного і модерного підходів у шкільній практиці. Тож у подальшому перед вчителем-словесником можна визначити наступні завдання:

1) проаналізувати теорію і практику компаративного вивчення шкільного курсу зарубіжної літератури, визначити і науково обґрунтувати основні напрями дослідження проблеми;

2) виявити педагогічні умови і методичну спрямованість діяльності вчителя й учнів, що вимагає компаративний підхід у вивченні літератури;

3) розробити цілісну концепцію компаративного підходу до вивчення зарубіжної (і в порівнянні української) літератури;

4) сформулювати принципи компаративного вивчення шкільного курсу літератури та встановити їх зв'язок із загально дидактичними принципами;

5) розробити й апробувати технологію компаративної інтерпретації творів української та зарубіжної літератур у їх родовій і жанровій специфіці.

У процесі вивчення зарубіжної літератури порівняльний метод виконує декілька функцій. Він синтезує попереднє конкретно-історичне вивчення окремих національних літератур, узагальнює його результати, виявляє деякі загальні закономірності розвитку літератур, що зіставляються, і їхні відмінності. Водночас порівняльний аспект є вихідним для подальшого вивчення національної специфіки літератур, що порівнюються. Він стимулює увагу до тих явищ і процесів, які вході ізольованого вивчення однієї національної літератури могли б

здаватися другорядними. Лише у процесі багаторазового спостереження вони виявляють своє значення. Зіставлення з іншим національним матеріалом допомагає знайти новий підхід до вивчення деяких важливих явищ або процесів у національних літературах.

Література

1. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалівта ін. – К. : ВІД "Академія", 1997. – 752 с.
2. Галич О. А. Теорія літератури : підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти / О. А. Галич, В. М. Назарець, Є. М. Васильєв ; за наук. ред. О. Галича. – К. :Либідь, 2001. – 487 с.
3. Бондаренко Л. Г. Вивчення ліричних творів на уроках української літератури у взаємозв'язку ізз арубіжною (9–11 класи) :дис ... канд. пед.наук : спец. 13.00.02 / Бондаренко Л. Г. – К., 2001. – 178 с.

УДК 921.161.2-32Гнатко(043) **Корнійчук О. І.**

ЖІНОЧИЙ СВІТ ТВОРІВ ДАРИНИ ГНАТКО

Образ жінки, як головної героїні, давно з'явився на літературній арені і закріпився у новітній, що ми можемо побачити у творах письменників XIX століття. У минулих століттях він хоч і був традиційним, але, в основному, був другорядним, проте у сучасній літературі починає трансформуватися; жінка стає рівноправною чоловікові.

Микола Євшан у свої статті «Жінка в українській літературі: Жени рускіє» (2009) досліджуєжіночий образ ще з часів Київської Русі, згадуючи княгиню Ольгу та Ярославну – саме в них він вбачає сильних жінок. Щодо подальших періодів історії підкреслює неабияку роль жінки у житті чоловіка та сім'ї: «… Жінки брали зброю і як львиці боронили своїх дітей, застеляли кістьми своїми і кровно поливали землю українську» [1, 57]. Тут же автор згадує і Маруся Богуславку, і Роксолану.

Ярослав Поліщук зазначає, що такий образ був створений наперекір чоловічому – «слабкого, стомленого, розчарованого життям, звідси звідчасного… Так складається ситуація, в якій риси внутрішньої сили, незалежності сконцентрованості все частіше перебирає на себе жінка» [2, 55]. Також дослідник вважає, що поява такого образу тісно пов'язана з приходом в українську літературу таких письменниць, як Леся Українка та Ольга Кобилянська («Прагнення модерної особи», 2000).

Усі героїні Лесі Українки, чи то Оксана з «Бояриніі», чи Мавка з «Лісової пісні» хоч і є досить романтичними героїнями, проте в їхньому образі відчувається міць і сила духу. Традицію вищезгаданої письменниці підтримує і Ольга Кобилянська, яка зображує своїх героїнь рішучими, впевненими у собі, нерідко вони виконують головну роль у родині, здатні вирішити матеріальні проблеми рідних та близьких, постояти за себе та піти на самопожертву (Наталя «Царівна», Олена «Людина»). Проте однією з найголовніших рис, яка відрізняє її героїнь від попередниці є жага до самоствердження та самовдосконалення, пошук свого «я» (подекуди і творчого) у світі.

У сучасній літературі та мистецтві жіночий образ здебільшого розглядається у феміністичному дискурсі, проте йому не вистачає спрощеної об'єктивної точки зору без концепції «бой-жінки» та культу «наджінки», тому це дослідження набуває **актуальності**. **Об'єктом** дослідження є образ жінки в сучасній українській літературі, а **предметом** – романи сучасної письменниці Дарини Гнатко («Катерина»(2016), «Проклята краса»(2016) і «Душа окаянна»(2017)).

Не можна сказати, що всі жіночі образи, як і раніше, є однотипними, навпаки – кожний митець по-своєму інтерпретує жінку. У вищезгаданих книгах жіночий образ постає перед нами доволі своєрідним, до того ж у кожному романі він цілком самобутній. Так, у романі «Катерина» ми бачимо романтичну ніжну дівчину, яка у другій частині твору стає рішучішою та жорсткішою. У «Душі окаянній» попівна має «серце з перцем», може не тільки перечити

батькові, але й схильна до гріха, хоча в кінці твору ми бачимо її тихою, вірною дружиною, яка знайшла своє щастя з коханим чоловіком. А ось у «Проклятій красі» змін як таких не відбулося: дівчина кохала, страждала, змінила місце проживання,продовжує самозречено кохати, зрештою, ця героїня сприймається дещо схематично, примітивно. Тому ці образи не є однотипними.

Не зважаючи на певну різницю в характерах героїнь Дарини Гнатко, можемо побачити між головними героїнями спільні риси. Загалом, їх можна об'єднати за такими критеріями:

1) Важка доля:

Катруся – головна героїня роману*«Катерина»* з дитинства живе зі злою мачухою, яка повсякчас ображає її, а батько не звертає на це увагу. Дівчині доводиться змалку працювати. Найбільш болючим у її житті стає момент загибелі Миколи – її друга та нареченого, а мачуха в цей час починає сватати її за старого козака.

Ганнуся (*«Проклята краса»)* зростає у повній сім'ї та має надзвичайну вроду. Сусід-агроном закохується у неї й дівчину змушують покинути рідне село та поїхати в місто до дядька. Ненависна тітка також ображала її, проте дівчина згодом вийшла заміж за військового Прокопенка й потрапила з ним у заслання.

У *«Душі окаянній»* розповідається про *Марту* – попівську дочку, яку силоміць одружили зі старим полковником, вона втратила нареченого та двох дітей. Єдиною опорою у неї стає пасинок – Андрій, проте їхнє щастя також буде під загрозою.

2) Нещасливе перше кохання:

Друг дитинства *Катерини* все ж таки зізнається їй у коханні та хоче побратися з дівчиною, проте у день сватання він загадково гине. Як потім стало відомо – його вбив старий козак, який також хотів одружитися з Катрею.

Ганна розуміє, що закохалася у місцевого агронома, який також небайдужий до неї, проте він одружений і має дитину. Дівчина відштовхує його від себе, відмовляє йому у взаємних почуттях, і той, не зважаючи на прохання Ганни залишитися з сім'єю, тікає від дружини до міста.

Наречений *Марти*, що допомагав її батькові у церкві, раптово відмовляється від коханої і покидає її. Дівчина втрачає його дитину, через що страждає ще сильніше. Але остання зустріч колишніх закоханий у Києво-Печерській Лаврі ставить все на свої місця: юнак і молодиця пробачають один одного.

3) «Несподіване» кохання:

Польський пан закохується у *Катерину* та робить її своєю дружиною. Ні дівчина, ні односельчани не могли й здогадатися, що Катря стає панною.

Ганна стає щасливою дружиною Прокопенка й живе з ним, мов у Бога за пазухою. Як не дивно, сусід, якого вона бачила лише кілька разів, стає її чоловіком.

Кохання *Марти* є найнесподіванішим: вона стає коханою пасинка Андрія, народжує йому сина, а потім, після смерті свого чоловіка та розлучення юнака, стає його законною дружиною.

4) Сильна жінка:

Ніжна та добра *Катерина* стає Катариною (як її називає чоловік) – жорсткою та сміливою жінкою, яка може не тільки підняти голос, але й захистити себе та свою родину від ворогів.

Ганна (потім вже – Анна) знаходить у собі сили захищати свого чоловіка та себе від машини репресій, протистоїть НКВС та тікає разом з коханим із заслання за кордон.

Побита життям *Марта* поспішає на допомогу коханому, що потрапив у полон, не лише визволяє його, супроводжує до безпечного місця, але й виховує хлопчика-сироту, якого називає сином.

5) Жорстокі батьки:

Лиха мачуха повсякчас знущається над *Катрусею*, батько на це ніяк не реагує. Потім, коли дівчина стає панною, Килина починає добре ставитися до неї, щоб колишні дівочі образи не повернулися до тої бумерангом.

Батько силоміць відвозить *Ганну* до свого брата й потім ображається на неї, відмовляється від доньки, оскільки та виходить заміж без його відома. Мати дуже переживає за Ганну.

Старий священик віддає доньку *Марту* за старого козака, змушує доньку позбутися дитини та проклинає її, коли та не хоче слухатися його. Коли він помирає, дівчина пробачає його.

Зважаючи на різноплановість і одночасну схожість героїнь Дарини Гнатко, можна сказати, що образ жінки у сучасній літературі є більш різноманітним, про що свідчать вищезгадані твори. Сила духу та м'якість характеру, ненависть і кохання гармонійно співіснують у жіночому образі сучасної авторки, що роблять їх цікавішим і приваблюють читачів з різними смаками та різного віку. Саме вони є героїнями жіночого роману – великого епічного твору, про важкі випробовування, що падають на плечі жінки.

Література

1. Євшан М. Жінка в українській літературі: Жени рускіє/ М.Євшан //Дивослово. – 2009. - №5. – С.57-60;
2. Поліщук Я. Прагнення модерної особистості / Я.Поліщук // Українська література в загальній школі. – 2000. - №5. – С.55-60;

УДК 821.161.2 – 31.09 **Кравченко А. К.**

ХУДОЖНЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ МІФОЛОГІЧНИХ УЯВЛЕНЬ У РОМАНІ ДАРИ КОРНІЙ «ГОНИХМАРНИК»

З давніх часів легенди та перекази були вагомою частиною життя людини, і загалом цілого народу. Багато з них були основані на реальних фактах чи подіях, коли інші були своєрідним витвором людської уяви, вміщаючи у собі давні вірування, традиції, звичаї тощо.

Вивчення фольклору як духовної скарбниці українського народу та використання його елементів в літературному просторі засвідчує вічність його мотивів, образів, ідей. Це дозволяє сучасним науковцям звертатися до літератури XXI ст., зокрема до фентезійних(міфологічних) романів Дари Корній, які ще мало досліджені і потребують уваги з боку науковців.

Об'єктом дослідження є гуцульськілегенди та перекази, а ***предметом*** є роман Дари Корній «Гонихмарник» як яскравий зразок художнього втілення карпатських легенд. ***Мета*** дослідження полягає у з'ясуванні особливостей легенд і переказів Карпат як складової частини українського фольклору, що використовуються у романі «Гонихмарник».

Багато дослідників займалися вивченням фольклору, зокрема міфології Карпат, демонології А. Онищук «Матеріали до гуцульської демонології»,Наталія Хобзей«Гуцульська міфологія. Етнолінгвістичний словник», Іван Франко «Галицько-руські народні приповідки», В. Шухевич – «Гуцульщина»,Громовиця Бердник «Знаки Карпатської Магії», «Мольфарство – Карпатська магічна традиція: особливості, символи, знаки» тощо.

Роман Дари Корній «Гонихмарник»за літературним жанром відноситься до фентезі, О. Романенко зокрема відзначила, що «фентезі якособливий різновид фантастики, заснованийна естетизації міфологічних і фольклорнихмотивів, якнайширше використовує архетипічні образи Добра і Зла, мотив «переходу героя із звичного для нього світу у світ, йому чужий, ворожий до нього. Опинившись за межею Добра,вінзмушенийпротистояти Злу вобразікогосьізперсонажів, та водночас – із Злом, яке оселяється у йогодушіабо ж намагаєтьсяпідкоритийого душу»[1].

У романі Дари Корній «Гонихмарник» основна увага приділяється легендам про Гонихмарників або дводушників, а також розповідається про знатниць-травниць, які лікували людей травами і ніби мали магічні сили, бо спілкувалися з рослинами.

Поширеним на Закарпатті є уявлення про дводушників, в яких постійно співіснують добра та зла душа. Друга нечиста душа не покидає тіла, але з її допомогою дводушник може нагнати бурю, керувати звірями, робити різні чари і т. д. І до того ж людина робить це у своєму тілі, яке може стати невидимим, але другий дух при цьому не відпускає його. Ф. Потушняку своїй

праці«Душа в народнім повір'ю села Осій» до таких дводушниківвідноситьвітряника,шарканя, «того, щозміямнаказує». Кожен з них наділенийпевнимиспецифічнимиознаками: наприклад«вітряник»живе як звичайнийчоловік, але як захочепіднятивітер, то підіймевітер, потім літаєповітру і є невидимим. Робитьцетоді, коли отримає наказ від «старшого», але можезробитице і з власноїініціативи.

Галина Лозко у курсі релігієзнавства дає поняття «***Облакогонитель*** – чаклун, який розганяє хмари; назва з давньоруського «облаки гонити», сучасне «гонихмарник»; у Карпатах нині популярна назва таких людей *мольфар*, щоправда, вона латинського*(molfare)*, а не українського походження, й могла поширитися в середовищі гуцулів лише з часів Середньовіччя, коли в європейських університетах, як правило, вивчалася латина (загальноприйнята в Європі мова науки). Отож, приїжджі на канікулиспудеї-українці й могли впровадитилатинське «учене» словечко»[2].

За типом енергіймольфарівможнакласифікувати на «сонячних» та «місячних», а за різновидамидіяльності на:

1) Віщунівабо Ворожбитів – ті, хтовідгадуютьминуле і передбачаютьмайбутнє;

2) ГрадівниківабоХмарників – ті, хтовідвертають град і бурю, захищаютьсільські поля відруйнування, а такожвідвертаютьстихійніявищавідсіл і міст, розганяють хмари.

3) Знахарів – ті, хтолікують недуги травами, заговорюютьхвороби [3].

Цікавуінформацію про градівниківподає у своїймонографії «Гуцульщина» Володимир Шухевич: «Градівник се такийчоловік, щознаєвідвертати град. Він разит (їсть раз на добу) на св. вечер, у вечеріхберевечерінепочитої з усеготрішки, беремітлу та кочергу, та з ним усім обходит три рази свою хату и кличе: «Прошу тебе тучу, кріз тучу, прийди до мене пити, гуляти, весилити си, греміти, дудніти, бити, я тебе прошу». Потому входит у хату, набрану вечеру кладе у платинку и ховає будь-де, вона там маєстояти до свйитвеликодніх, йиксховав, засїдаєїсти, через цїлийчьисвечері не маєні до кого говорити. Перед свйитамивеликоднімикупує у 9 крамницьих ладану по 1кр, приносит єго до дому, вісипаєдотоїплатинки з вечерев, тай кладе верх дориосьвйитити. Потому ховаєзнов, аж доки туча не йде» [4].

Зградівникамиабохмарникамипов'язанийзапис з Бойківщини у «Приповідках» Івана Франка: «Хмарникомназиваютьчоловіка, щомаєвмітьвідганятиабонасилатиградів і хмари». Окреміджерелавказують, щохмарники є «природжені і вчені»: «То йитакіприродженіхмарники, щовін до того знає. Так само як упирйи до молока»[4].

В міфології також представлено атрибути, які використовували Градівники та Хмарники: 1) громовиці - невеличкі скалки з природнімиотворами, яківідоколювалисьвідураженогоблискавкою дерева. 2) Градовийніж - є містичним знаком на сторожіжиттямольфара, йоговірним заступником і другом. Мігвстромити у дерево, а звідтилилося молоко, мігкамінь у сирперетворити ним.Ножемприпікаливиразки, лікували рани від укусу гадів.3) На громовихпалицяхабо рукоятках градовихножіврізьбилисимволи грому і дощу - громівникиабо так-званіперуниці (шестиконечні розетки) - знаки громовержця Перуна, у вигляді шести абовосьмиконечноїквітки, чи то пак спиць, вписаних у коло, тим самим являючи собою громове колесо – друга назвацього символу [3].

Процес керування хмарами описується детально у творі Дари Корній, це ніби певний ритуал, який має свої нюанси: Гонихмарник роздягається, широко розставляє ноги, піднімає руки над собою промовляючи то голосніше, то тихіше незнайомі слова. Мелодика їх доволі проста, та все ж невідома. Він міцно стискає в руках нитки-блискавиці, один кінець їх був міцно затиснутий у кулаці, а інший піднімався вгору і губився десь у високості. Юнак притягував хмари.

Дара Корній оповідає читачам легенду і доводить, що Гонихмарник то сильний та небезпечний чоловік. То перевтілений дводушник– напівлюдина, напівнечистий. Часто він допомагає, приганяючи під час посухи хмари, але буває, шо принаджує град і грози, навіть смерчі. Та ліпше від нього триматися якнайдалі, особливо молодим дівчатам, бо закохаєшся й пропадеш. Жінка, яка народжує хлопчика від Гонихмарника, після пологів помирає. Вони живляться жагою, хіттю, без неї не годні жити.

Письменниця також описує процес керування хмарами жінкою, якій Гонихмарник запропонував це зробити разом з ним: «для цього необхідно повністю роздягтися, враз дівчина відчуває, як її рука зливається з ниткою, стає її частинкою, її сутністю. І вона починає бачити речі по-іншому, не по-людськи: «у темряві дівчина ладна розгледіти кожний листочок на дереві, кожну травинку під ногами, вона розуміє, про що гомонять верби з тополями, про що кричить сич на дубі, про що мовчать риби у воді,. А у високості їй підкоряється найменша краплинка води, захована в хмарі, і вона ладна поклястися, що розрізняє кожну з них. Почуття ейфорії, могутності, незбагненої радості чи то стихії входять у її тіло, впиваються в нього, рвуть нашматки. Але болю чи агонії немає. Є тільки велика насолода, до цього часу незвідана і така нестерпно жадана» [5].

Друга душа, зла, виглядала таким чином: перекошена грізна фізіономія, волохате, пооране чорними зморшками, дике, хиже, люте, знавісніле обличчя, оскал зубів, від побаченого можна вмерти. Ця половина може здіймати буревії, валити дерева, навіть знімати дахи.

Також Дара Корній подає план вигнання дводушника з тіла полоненої ним людини. Для цього необхідно розвернути тіло Градобура на 90 градусів за Сонцем. Гонихмарник тоді втрачає силу володіти людським тілом, у якому живе, і доки людину не повернуть назад у звичне становище, Градобур отак і буде стовбичити біля тіла. Після повернення в тіло йому потрібно лише пару днів, щоб відновитися. Щоб Гонихмарник не вибрався з кімнати, необхідно всі кути посипати зіллям (спеціальними травами). Градобур якщо не попаде в чиєсь тіло - загине, пропаде вічна душа, яка розпадеться на тисячі холодних росяних крапельок.

Гонихарник має ще одну здатність - читати думки людей, однак не всіх, були такі, які просто не зчитувалися. Незайманих дівчат вони майже не зачіпали. Це наче табу.

Отже, у своєму романі «Гонихмарник» Дара Корній вдало інтерпретувала міфологічний образ дводушника-гонихмарника показуючи, що душа людини має як світлий, так і темний бік. Новаторським в трансформуванні української міфології було створення образу Гонихмарника-жінки або Гонихмарниці. Цим наштовхує на думку про необхідність моральності, гуманізму у суспільстві та гармонійності людської душі. Відтак в слов'янській міфології чітко простежується персоніфікація зла, що вилилось зі страхів та фобій людства, і врешті призвело до появи демонологічних образів, які й зараз користуються надзвичайною популярністю, та є актуальними у творах сучасних письменників.

Література

1. Романенко О. А. Фольклорні мотиви та сюжети в сучасній українській літературі: кітчеві експерименти чи нові художні акценти? [Електронний ресурс] / Олена Романенко. - Режим доступу: http:// www.info-library.com.ua/books-text-10764.html.
2. Лозко Галина Суспільнаієрархія та духовна вествaслов'ян.Боги і народи. Етносоціальнийвимір: курс релігієзнавства[Електронний ресурс] / Галина Лозко// Тернопіль: Мандрівець, 2015. – 624с. – Режим доступу: http://www.oru.org.ua/index.php/bogoznavstvo/dukhovna-verstva/493-jazychnytska-dukhovna-verstva.html
3. Карпатські мольфи і мольфари: таємниці,факти, припущення [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://spadok.org.ua/molfarstvo/molfary-odvichni-chranyteli-karpat
4. Карпатські маги. Загадка мольфарів – хранителівукраїнських Карпат[Електронний ресурс] / Режим доступу: http://vsviti.com.ua/ukraine/44043
5. Дара Корній «Гонихмарник»[Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.rulit.me/books/gonihmarnik-read-223632-1.html

УДК 821.161.2-144.09

Помазан О.І.

ЖАНР БАЛАДИ У ТВОРЧОСТІ ІВАНА ДРАЧА

Серед численних жанрових форм у повоєнній творчості Івана Драча помітне місце займає балада - "невеликий ліро-епічний твір казково-фантастичного або героїчного змісту з

драматично-напруженим сюжетом" [1, с.43], що пройшла довгий шлях розвитку, не раз видозмінюючись і модифікуючись.

Поет Іван Драч — постать неординарна в нашій літературі. Адже його творчість — це постійний пошук, постійне новаторство.

На початку 60-х рр. творчість поета сприймалася неоднозначно, багато кого дратувала асоціативність, метафоричність, символізм його творів, незвичні словосполуки, сміливе введення в, мову вірша наукової лексики. Цікавою видається вже перша збірка поета «Соняшник», в якій оспівувалась доля звичайної людини, невичерпність людського генія на теренах науки й техніки, бажання розгадати таємниці буття. І до сьогодні «візитковими» для Івана Драча є твори, які ще на початку 60-х захоплювали читачів неординарністю поетичного мислення: «Балада про соняшник» (котра дала назву й дебютній збірці) та балада «Крила».

Іван Драч назвав свій твір «Балада про соняшник» баладою, але балада, зокрема фольклорна, — вид ліро-епічної поезії фантастичного, історико-героїчного або соціально-побутового змісту з драматичним сюжетом. А значить, «Балада про соняшник» не вкладалася в загальноприйнятому розумінні в рамки цього жанру, маючи ознаки то притчі, то медитації, то невеликої поеми. «Балада про соняшник» — твір незвичний. Йому притаманні баладні елементи фантастики (зокрема, олюднення образів соняшника і сонця, їх «одивнення» за рахунок навмисного заземлення, спрощення), особливий драматизм (адже справжнє потрясіння переживає химерний персонаж із зеленими руками й ногами від дивовижного видива — сонця на велосипеді). Сюжет твору доволі кумедний: живе соняшник, своєю поведінкою він нагадує звичайного хлопчика, який бігає наввипередки, рве на груші гнилиці, купається коло млина, стріляє горобців з рогатки тощо. Єдину відмінність відзначає автор: у соняшника було шорстке зелене тіло. І одного разу після купання, стрибаючи на одній ніжці, щоб вилити з вуха воду, він побачив сонце, «у червоній сорочці навипуск, що їхало на велосипеді, обминаючи хмари у небі». І соняшник, застигши в німому захопленні, просить, щоб сонце або дало покататись на велосипеді, або посадило його на раму. На перший погляд, цей вірш — просто весела забавка. Але своєрідний висновок твору примушує визнати, що передками — не потішна оповідка про дивні події, а притча про красу й силу поезії: «Поезіє, сонце моє оранжеве! / Щомиті якийсь хлопчисько / Відкриває тебе для себе, / Щоб стати навіки соняшником» [2, с.28].

Павлові Тичині в «Баладі про соняшник» сподобалось, що добре відома в літературі тема — обдарованості й таланту — була подана цілком по-новому: тільки той творець зможе відкрити сонце поезії, хто, поглянувши на це сонце, навіки ним захопиться. Досить цікавим є вибір образів на роль поезії та поета. Якщо сонце — символ світла, тепла, чистоти, життя — цілком підходить на роль поезії, то на соняшник як образ поета вибір випав через його національну символіку (хоча рослина і була завезена в Україну). Можна говорити, що заглиблений корінням в землю соняшник, який тягнеться голівкою до сонця і нагадує його (сонце) формою і кольором, досить точно передає думку автора: поет має прагнути високості в поезії, але при цьому «закорінюючись» у рідний грунт, у національну творчість. Також новим у цьому творі було ще й те, що І. Драч звернувся не до класичного римованого вірша, а до верлібру — тобто вірша без рими і розмірів з довільним чергуванням рядків різної довжини. Отже, тільки в одному поетичному творі збірки «Соняшник» спостерігається новаторство Івана Драча в жанрі балади, в ритмічно-інтонаційних особливостях твору й неординарному розкритті теми.

Балада «Крила» (хоч автор і назвав цей твір «Новорічна Казка», за жанровими ознаками це все-таки балада) розповідає про те, як Новий рік обдарував людей різними подарунками,— і дядькові Кирилові дістались крила. Але подарунок не радував ні Кирила, ні його дружину, бо від такого подарунка родина не мала ніякої користі. І тоді він: «Так Кирило до тини брів, / І, щоб мати якусь свободу, / Сокиру бруском задобрив і крила обтяв об колоду» [2, с.41].

Але дядькові не пощастило, бо на ранок крила знову відросли. Тоді, щоб мати хоч якусь вигоду, він «На крилах навіть розжився,— Крилами хату вшив, Крилами обгородився». На перший погляд, цей твір має суто розважальний характер, але, як це було і в «Баладі про соняшник», автор вводить до тексту кілька рядків, які мають підказати, що твір має значно

глибший філософський підтекст, ніж це здається спочатку: «А ті крила розкрили поети, / Щоб їх муза була не безкрила, / На ті крила молились естети, / І снилося небо порубаним крилам» [2, с.41].

У баладі І. Драч через образ дядька Кирила розповідає про невміння людей скористатися своїм, вимріяним віками, щастям, прирікає їх бути рабами мізерних побутових інтересів. Божественний дарунок — крила не приносять сподіваної радості Кирилові, бо його обмежений внутрішній світ не готовий їх прийняти. З точки зору самого дядька, його дружини, громади, яка їх оточує, цінними є лише матеріальні блага, а в такому розумінні крила — абсолютно некорисна річ. Для глибшого розкриття хворобливої несумісності духовного й матеріального світів І. Драч вдається до гротеску (гротеск —тип художньої образності, що грунтується на фантастиці, гіперболі, контрасті фантастичного і реального, прекрасного і потворного, трагічного і комічного). Внаслідок цього начебто звичайні предмети та явища зазнають неминучого «одивнення», зображення набуває м'якого іронічного характеру. Прихована насмішка над недалекоглядним, але «житейськи» правильним Кирилом має в собі змістовне узагальнення, вказує на досить типове, надзвичайно прикре явище суспільної дійсності, де крила, що прагнуть неба, мусять правити за огорожу на землі. Абсурд невідповідностей набуває в такому світі кричущих розмірів. Але балада має доволі оптимістичний підтекст: духовні пориви — незнищенні, бо крила, які обтинав Кирило, постійно відростали і зрештою були «розкриті поетами». Автор не завершує цієї історії, невідомо,-що далі сталось із дядьком Кирилом. Та й не в цьому полягає призначення поезії. Іван Драч ставить читачів перед питанням духовності, а висновки пропонує зробити їм самим. І. Драч не єдиний з поетів та письменників української літератури, хто розкривав проблему духовності й бездуховності через образ крил. У А. Дімарова в збірці «Міські історії» є оповідання «Крила», де йдеться про юнака, який не зміг знайти кращого призначення своїм крилам у нашому «приземленному» житті, ніж підмітати ними підлогу. Але зовнішня подібність сюжету свідчить тільки про важливість цієї проблеми в нашому житті, а не про обмеженість фантазії їх авторів.

Жанр балади у творчості І. Драча представлений ще одним твором — «Балада роду», хоча він також, як і «Балада про соняшник», не вкладається в загальноприйняте визначення цього жанру. У цьому творі поет передає щире переконання в безсмертності українського народу попри всі негаразди, які йому довелось пережити: «Сто скажених сивих бід / Та й сушило ж роду вроду, / Та не висхне зроду рід / Ні в погоду, ні в негоду» [2, с.36].

У цій поезії І. Драч звертається до змалювання відомого з усної народної творчості образу стежки як символу життєвої дороги людини: «Внучок тупцю тупотить. / Тупцю, внуцю, тупцю, хлопче. / Сто стежин у світ летить, / Він — сто першеньку протопче...» [2, с.36].

Перед кожним поколінням роду відкривається своя дорога, якою йому (поколінню) доведеться іти, тому кожен представник свого народу має усвідомлювати, що від його вибору, від його дій у житті залежатиме життя цілої нації. І згадка про внука, що «тупцю тупотить», бо тільки-но вчиться ходити, не випадкова: автор вказує на нерозривний зв'язок поколінь, коли віддіда до онука, від, баби до онуки передаються ті найцінніші знання, традиції, уявлення, які й дають можливість не загинути цілому народу. Останні рядки поетичного твору мають урочисто-піднесене звучання, наголошуючи на вірі автора в світле майбутнє українців: «Роде рідний! Не стлумить / Нашу жилаву породу — / Сто вітрів в ногах лежить / Мого роду і народу...» [2, с.37].

Трьома крапками в кінці твору Іван Драч дає можливість зрозуміти, що історія українського народу не дописана, що і наступним поколінням доведеться багато чого вписати в життєпис нашої нації.

Таким чином, розглянувши балади Івана Драча, можна відзначити їх оптимічтичну тональність, яка є, попри трагедійність зображуваного, панівною в усіх творах. Джерела цього оптимізму криються в глибокій вірі поета в торжество справедливості, перемозі добра над злом. І незалежно від суб’єкта зображення, баладам поета притаманна життєва правдивість, поєднана з романтичною схвильованістю оповіді. Свого часу ще Гете висловлювався про балади, як про жанр, який характерний наявністю в ньому елементів трьох основних видів поетичної творчості

– лірики, епосу та драми. У баладах І. Драча всі ці елементи триєдині. Однак, ліризуючи оповідь, поет досягає їх особливої емоційності і схвильованості. Разом із автором читач стає мовби співучасником змальованих подій. І через цей емоційно - художній контакт з читачем поет, спонукає його рівнятись на змальованих героїв, сприяє вихованню масового читача.

Література

1. Лесин В. Пулинець О. Словник літературознавчих термінів / В. Лесин, О. Пулинець.– К : Радянська школа, 1971.– 432 с.
2. Драч І. Вибрані твори : в 2 т. / Іван Драч. – Київ : Дніпро, 1986. – 2 т.

УДК 821.161.2-311.6 **Толкачова В. Ю.**

«НЕ ШУКАЙТЕ ДОМОВИНУ – БАТЬКО З'ЇВ СВОЮ ДИТИНУ…»

Голодомор 1932-1933 рр. – це найстрашніший злочин сталінського режиму. Таким він був на Північному Кавказі, а ще страшнішим – у Казахстані, де внаслідок нього загинуло понад мільйон казахів. Загалом, у СРСР загинуло майже 8 млн. людей (майже половина цих жертв припадає на Україну). Однак директор Українського відділення Міжнародного інституту гуманітарних та політичних досліджень В. Малінкович вважає необґрунтованим твердження, що це був геноцид проти українців. Від голодомору потерпіли представники всіх національностей, які проживали на терені України. Українці серед них становили більшість. І це природно, бо їх буломайже 70% усього населення і вони переважалисеред селян [1, с. 3].

Характерно, що про голодомор 1932-1933 рр. Вперше повідомили зарубіжні публіцисти в газеті «Манчестер гардіан» (1933 р.). У ній було вміщено три статті англійського журналіста М. Магеріджа про поїздку Україною та Північним Кавказом, а також масову загибель селян, але не наведено конкретних даних. 31 березня 1933 р. кореспондент «Нью-Йорк таймс» англієць У. Дюранті надрукував статтю під назвою «Росіяни голодують, але не вмирають з голоду». Перші кількісні оцінки загиблих від голоду з'явилися в зарубіжній пресі у серпні 1933 р. Тоді газета «Нью-Йорк геральд трибюн» опублікувала матеріал Р. Барнса, в якому йшлося про 1 млн. смертей від голоду. У газеті «Нью-Йорк таймс» у той самий час наводилася цифра 4 млн. осіб [2, с. 137].

У сучасній Україні відомим дослідником голодомору є історик С. Кульчицький. У 1991 р. вийшла його монографія «Ціна великого перелому». У навчальному посібнику «Історія України», автором якого є О. Бойко, вперше виділено спеціальний параграф «Причини голоду в Україні 1932-1933 рр.», де пропонуються різні погляди на цю проблему: 1) твердження західних істориків про те, що основними причинами голоду були національно-політичніфактори (Дж. Мейс, Р. Конквест); 2) твердження про штучність та організованість голоду (А. Безансон, Д. Соловей); 3) відзначено, що группа російських, українських і західних істориків (В. Данилов, Н. Івницький, В. Марочко, Н. Верт та інші) вважають основною причиною голоду 1932-1933 рр. соціально-економічні чинники, насамперед «насильницькі хлібозаготівлі», «повернення до економічно необґрунтованої та політично скомпрометованої політики продрозкладки»[3, с. 347-349].

Сьогодні питання голодомору предметно досліджують в Інституті історії України НАН України, Міжрегіональній академії управління персоналом, вивчають Асоціація дослідників голодоморів в Ізраїлі, Всеукраїнське товариство «Меморіал» ім. В. Стуса, Центр українознавства Київського національного університету імені Тараса Шевченка. В Україні діє «Асоціація дослідників голодоморів в Україні». Видано низку збірок спогадів свідків Голодомору [4,с. 77].

У 2014 році побачив світ твір української письменниці Світлани Талан «Розколоте небо». Це чергова змога змусити читача не забувати і вшановувати пам'ять тих, хто не з власної волі ставав жертвою такого страшного явища, як голодомор. Через значну кількість творів про голодомор письменників діаспори, читач вже усвідомлює масштаб тогочасних знущань, а коли

питанню геноциду приділяють увагу сучасні письменники, то годі і казати про значущість тих подій, того жахливого «мору» людей, пам'ять про який простягається і до наших днів.

«Розколоте небо» Світлани Талан вирізняється серед наявних в українській літературі творів про голодомор, таких як «Жовтий князь» В. Барки, «Марія» У. Самчука, «План до двору» Т. Осьмачки. Особливістю твору сучасної письменниці є детальний опис не тільки того періоду, коли люди вже почали голодувати, а тих подій, що призвели до цього голоду. Світлана Талан приділяє велику увагу «народженню голодомору», акцентуючи на особливостях та деталях зборів, які влаштовували представники партії. «Розколоте небо» − це не фактичний виклад історичного матеріалу, не твір, який починається з нагадування читачу дати голодомору і фактів жахливого становища тогочасних селян. Це розповідь про заможну сім'ю Чорножукових, які своєю ж працьовитістю досягли «життя без потреб». Занурюючись у теплу атмосферу, яка панувала у цій сім'ї, читач згодом відчуває себе майже родичем кожного головного героя і переживає жахливі події, яким не хотіли підкорятися Чорножукови.

Письменниця майже півкнижки наближається до опису страшних подій голодомору і робить це з метою максимального зближення читача з головними героями. Складається таке враження, нібито письменниця поставила собі завдання викликати у читача максимальне співчуття жертвам тогочасних подій. Якщо це дійсно так, то С. Талан майстерно вдалося виконати свою місію, адже стаючи «частиною твору», читач співчуває головним героям як собі.

Твір про голодомор «Розколоте небо» розпочинається з опису буденного життя українських селян, зокрема сім'ї Чорножукових. Звісно, що на перших сторінках роману життя Чорножукових не здається таким вже і безтурботним, але порівнюючи з майбутнім, яке очікувало їх, можна сміливо заявити, що якщо вони спочатку і турбувалися про щось, то це були «приємні турботи».

Письменниця своєрідно дає зрозуміти читачу, наскільки заможними були Черножукови: *«Лише кілька хат виблискували у холодному світлі місяця залізними покрівлями, ніби хизуючись полиском перед скромними своїми сусідками-хатками, які нап'яли на голови солом'яні капелюшки»* [5, с. 11]. Згодом читач дізнається, що заможність цієї родини – це результат невтомної праці: *«Дівчина мимоволі кинула погляд на велику батьківську хату… Її збудував батько своїми руками…»*[5, с.13].

Також письменниця не оминула опису турбот, які займають значне місце у житті «закоханих сердець»: *«Не здатнабільше себе стримувати, дівчина кинулася навпростець…Серце шалено закалатало…Щемить − і вона в обіймах коханого!»* [5, с.14].

Розповідь, на початку твору, про мирне життя селян, де батьки перейняті турботою за майбутнє своїх дітей, а діти «потопають» у почутті кохання, таємно зустрічаючись зі своєю «половинкою», − зовсім не нагадує серйозний твір про голодомор з його жахливими наслідками. Але, описувані згодом події, спадають на читача як «сніг на голову», і саме таким чином читачеві надається можливість зрозуміти, якою несподіванкою для трударів став геноцид. Збори партійних комісій з метою агітування людей до вступу в колгоспи віщували щось лихе, але ніхто навіть уявити собі не міг, що станеться невдовзі: *«Потрібно донести до свідомості людей, що прийшли нові часи, коли треба відходити від одноосібних хозяйств та створити нове, спільне, більш перспективне господарство. Активісти, новоспечені комсомольці, обійшли всі двори, щоб сповістити про збори в кожній оселі»* [5, с. 35]. Зрозуміла річ, що люди, які багато працювали, не поспішали віддавати на спільне користування все зароблене важкою працею, а ось бідняки, навпаки, більш сміливо погоджувалися на вступ до колгоспів, адже їм втрачати було нічого.

Світлана Талан чималу увагу приділяє ставленню партійців до простих селян[5,с.42]:

−А якщо я не захочу йти до вашого колгоспу? – знову запитала Одарка.

−Змусимо! – швидко відповів Іван Михайлович.

−Як? Наган свій дістанеш?

−Потрібно буде – дістану!

Цікавим фактом є те, що справжні винуватці виникнення голодомору не хотіли «бруднити» свої руки і, через це, наймали виконувачів своїх наказів, роль, одного з яких, виконує у творі Іван Михайлович.

Але як би люди не намагалися йти проти задумів партійців, оминути голоду не вдалося нікому: *«У повітрі кружляв теплий запах життя, вивітрюючи сморід смерті… Люди, схожі на скелети, обтягнуті шкірою, виходили на городи, з надією клали у землю ті зернятка, які зберегли для посіву»* [5, с. 333-334].

Неймовіру жагу до життя мали жертви тогочасних подій. Дивує, як виснажені і морально, і фізично, люди знаходили в собі сили жити далі, іноді навіть вдаючись до хитрощів, забезпечували себе харчами, а точніше залишками від них, ще на декілька днів. Нинішнє покоління має глибоко усвідомити масштаби пережитого лихоліття, зробити все для збереження пам'яті про загиблих.

Література

1. Малінкович В. Бути чесним перед самим собою / В. Малінкович // Хрещатик. − 2007. − 27 листопада. − С. 3.
2. *Ісакова Н. П. Історіографія проблеми голодомору 1932-1933 рр.* в *українській* та *зарубіжній літературі* / *Н. П. Ісакова* // Вісник аграрної історії. − 2013. − Вип. 4-5. – С. 135-146.
3. Бойко О. Д.ІсторіяУкраїни / Бойко О. Д. − К. :Академія, 1999. − 568 с.
4. Ісакова Н. П., Селезньов А. М. Голодомор 1932-1933 рр. очима істориків: до 80-х роковин голодомору в Україні / Н. П. Ісакова, А. М. Селезньов // Вісник аграрної історії – 2012. − С. 70-80.
5. Талан С. Розколоте небо. – Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля» – 2014. – 346 с.

УДК 821.161.2-2

Толстолуцька А. С.

ПРОБЛЕМА «НАДЛЮДИНИ» У ДРАМІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА «ЧОРНА ПАНТЕРА І БІЛИЙ ВЕДМІДЬ»

Творчість Володимира Винниченкапосідає виняткове місце в українській драматургії. Його митецька діяльність розквітла на зламі двох епох, увібравши в себе найкращі здобутки європейської та української культур, його фенемен і досі до кінця не розкрито. Письменник мав на меті осучаснити драму, зробити акцент на духовному світі особистості, показати трагедію життя суспільства, торкнутися філософських проблем, зробити сюжет динамічним, сповненим психологічних колізій, що стали б рушійними силами твору, тобто вивести український театр на європейський рівень. Саме тому його творам і притаманні риси «нової» драми, біля витоків якої стояли Генріх Ібсен, Бернард Шоу, Моріс Метерлінк, Антон Чехов.

Талант Володимира Винниченка виявляється не лише у влучному виборі сюжету та вдалому підборі й зображенні дійових осіб, а, в першу чергу, у наявності підтексту та філософських проблем, які відіграють важливу роль.

У драматичному доробку українського письменника п'єсі «Чорна Пантера і Білий Медвідь» (1911) відводиться особлива роль. Вже сама назва інтригує: вона є символічною, має глибокий підтекст. По-перше, привертають увагу кольори – чорний і білий – інь та янь (у китайській філософії позначають жіноче – чоловіче, світле – темне), які вказують на повну протилежність та несумісність. По-друге, алегоричними є образи пантери та ведмедя – сильних хижаків, які не можуть співіснувати на одній території, тому постійно змагаються між собою. Чорна пантера у шумерській міфології символізує кохання та материнство, у китайській – жіночу енергетику у всіх її проявах (жінка, мати, дитина). Ведмідь – чоловіча сила, енергія, яка іноді може спати.

Важливою та головною складовою драми є дискусія, за допомогою якої реципієнт спостерігає неоднакові точки зору дійових осіб, залучається до розв'язання проблемних

питань, починає переживати та мислити разом з героєм. Так, Рита Каневич (у богемному суспільстві – Чорна Пантера – *«дуже тонка, гнучка, одягнена в чорне, лице з різкими рисами, розвиненими щелепами; лице жагуче, майже дике і грубе, але гарне»* [1, с. 374])бачить вирішення соціально-побутової проблеми (потрібні гроші на лікування маленького сина Лесика) у продажі картини – геніального полотна свого чоловіка (*«Я дитини не оддам за полотно! О, ні! Хоч би воно там було найгеніальніше»* [1, с. 377],*«Син – один, а полотен ти можеш написати багато»* [1, с. 387],*«Життя, Нію, не в красі, краса в житті, в любові, ось в цьому!(Показує на Лесика).Це є людське…»* [1, с.411]). Натомість її чоловікКорній (Білий Ведмідь – *«великий, трохи незграбний, мішкуватий, має довге пишне біле волосся, як грива»*[1, с. 374])не хоче розлучатися зі своїм витвором мистецтва, адже полотно для нього є дуже дорогим та важливим: *«Я ніяке полотно не продаю панове...»* [1, с. 382],*«Це – в Салон… Це моя робота. Тільки моя! В цьому, мої панове, моя, скажу я вам, надія... От...»* [1, с. 382].

Неможливість розв'язання зовнішнього конфлікту призводить до того, що центром дії стає внутрішній конфлікт (суперечність між мистецтвом і суспільними умовами набирає філософського характеру). Чоловік і митець, жінка і муза, свобода і обов'язок стають безкомпромісними протилежностями та змушують людину робити вибір на користь чогось одного. Протистояння у творі виражається через зіткнення різних світоглядів (драма ідей): Корній – Рита, Рита – Сніжинка.

У драмі гостро постає проблема невизнаного генія, яку слід розглядати на ніцшеанському рівні. Головний герой ніби роздвоєний, має суперечливий духовний світ, адже у його душі йде боротьба між людиною, чоловіком, батьком (*«Ти чого плакав, медвежа моє біленьке, га? Який він став... Болить, га? Посміхається... Ах ти ж моє,дитинча хороше..»* [1, с. 387],*«Не дам, не дам тобі, моє бідне, померти... Мій Лесик не помре, ні-ні, тато не дасть»* [1, с. 387]) та митцем (*«Щоб я продав це полотно! Нескінченим?! Та як же це можна?»* [1, с. 385]).Його розум починає захмарюватись, він хоче видати бажане за реальне («*Яка смерть? Ніякої смерті нема й не буде!*» [1, с. 387], *«Лесик видужає…»* [1, с. 391],*«Сьогодні лучче... Далеко лучче. Не плаче... Жар менше... Лучче. Що лучче... то лучче, то правда. То правда..»* [1, с. 395]), не зважаючи на те, що дружина не перестає нагадувати:*«Зовсім не лучче, а гірше..»* [1, с. 376], «*Або смерть Лесика, або продаж полотна*» [1,с. 385].

Спокусниця Сніжинка (*«гарна, ясно-біла, вся пухка і жвава, з яскраво-червоними губами. Рухи повільні і граціозні, як лет сніжинок, вбрана з тонким і випещеним смаком, любується собою й почуває владу своєї краси і привабливості»* [1, с. 378])вміло вражає самолюбство Корнія, легко впливає на його психіку та думки, наголошуючи на тому, що справжній художник має належати лише мистецтву: *«Так… Значить, ви – не артист. Я помилилась. Я думала, що в вас велика сила і видасте щось надзвичайне. А що ви дали досі? Нічого. Декілька малюнків, які зараз же й продали, бо у Лесика пелюшок не було…Сім'я – це дикі, темні інстинкти, а краса – в чисто людському. Чуєте, Ведмедю?»* [1, с. 396].Під впливом Сніжинки (сам того не розуміючи) Корній робить остаточний вибір. Він обирає мистецтво: геній остаточно перемагає над людиною.

У драмі краса і мистецтво, як її втілення, перебувають поза межами моралі, вони ніби по той бік Добра і Зла. Творчі натури постають антигуманними особистостями. Наприклад, один із митців, Мігуелес, стверджує, що саме *«в стражданні дитини найбільше чистоти і краси»* [1, с. 383], а Сніжинка взагалі холоднокровно порівнює дитину зі шматком м'яса: *«Двом богам не служить! Ну що з того, що помре ваш Лесик? Ну не стане на світі шматочка м'яса, яке кричить, робить неестетичні штуки і… і в'яже людей»*[1, с. 396]. У драмі Сніжинка ніби символізує мистецтво, що постає холодним, як лід.

Корній Каненич виявляється зовсім не пристосованим до вирішення буденних проблем (вони його обтяжують, забирають запал та натхнення), все чого він щиро бажає – творити, не зважаючи ні на що. Для Білого Ведмедя найголовніше – це «рисочка» (страждання сина Лесика, які він змальовує, як митець, і на які не звертає увагуяк батько): *«Клади на стілець сюди, так. Сама сідай. Одну хвилиночку... Одну рисочку... Її знаєш, тоді*

не видно було, не так, тепер... лучче. Таке страждання... Це іменно те, що треба. Це іменно вона... Видно, видно... (Вдивляється зблизька). Так-так... Воно. Воно....»[1, с. 412],*«Ах, шкода, що не день. У Лесика тепер чудова блідість...»* [1, с. 412], *«Хай мерзне, плаче, покладіть!»* [1, с. 413]. Він розуміє, що хоче творити своє життя самостійно, без підказки, бути вільним у всьому (у цьому і виявляється ідея «надлюдини» у філософії Ніцше).

Невизнаний геній не усвідомлює, що зробивши саме такий вибір, він обирає власну загибель. Наприкінці твору Корній та Рита доведені до краю прірви, за якою – смерть. Чорна Пантера – вбита горем мати – знищує те, що забрало життя її коханої дитини (*«Підходить до полотна, знімає його з мольберта, бере з столу ніж і розрізає»*[1, с. 438]), а також отруює себе та чоловіка («*Ми всі троє – одно. Скрипка грає серед мертвої тиші*» [1, с. 438]). Саме такий фінал має п'єса, у якій майстерно переданий трагізм існування особистості перехідної епохи тавідображено найвизначніші досягнення європейської модерної драми.

Література

1.Винниченко В. Оповідання. Роман «Слово за тобою, Сталіне!», п'єса «Чорна Пантера і Білий Ведміль» / В. Винниченко. – К.: Наук.думка, 2001. – 440 с.

2. Ніцше Ф. По той бік добра і зла. Генеалогія моралі / Ф. Ніцше; [пер. з німец. А. Онишко]. – Львів: Літопис, 2002. – 320 с.

УДК 373.3/.5.016:82.161.2(043) **Дубравіна О.О.**

ЧИТАЦЬКА КОМПЕТЕНЦІЯ: ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ

Проблема читання – одна із найважливіших у навчально-виховному процесі в школі. Читацька культура, читацькі уміння починають формуватися в учнів на уроках читання в початкових класах та на уроках літератури (української та зарубіжної) в основній та старшій школі. Між тим останнім часом спостерігається різке падіння інтересу молоді до читання, до книги, особливо серед школярів підліткового віку.

Читацька компетенція – одна з базових складових виховання і розвитку загальної культури особистості, оскільки саме читання забезпечує систему знань, умінь і навичок, що дозволяють будь-якій людині орієнтуватися в соціокультурному сучасному світі, в усіх сферах людської діяльності [1, с. 123].

У педагогічній літературі термін «читацька компетенція» змістовно точно поки не визначений. Хоча зарубіжними вченими це поняття використовується вже з кінця 70-х років (С. Елерс, Дж. Гірцезік, Г. Уестхоф, Г. Вілленберг, Дж. Равен). Розробники документа «Загальноєвропейські компетенції володіння іноземною мовою: вивчення, викладання, оцінка», вважали, що комунікативна компетенція здійснюється в діяльності, націленої на породження і сприйняття текстів з певних тем і у відповідній сфері спілкування з використанням необхідних тактик. Внаслідок цього, комунікативна компетенція проявляється в здійсненні різних видів мовленнєвої діяльності, а саме: в аудіюванні, говорінні, читанні та письмі [2, с. 36].

Провідні методисти (Л. Бім, Н. Гез, Н. Гальскова) пропонують розрізняти чотири компоненти комунікативної компетенції, а саме компетенції в говорінні, слуханні, читанні і письмі. Отже, читацька компетенція виступає однією з невід'ємних складових комунікативної компетенції.

Характеризуючи компетентність, Дж. Равен довів, що вона проявляється лише в органічній єдності з цінностями людини, тобто за глибокої особистої зацікавленості в певному виді діяльності. Наголошуючи на можливості розвитку у школярів високих показників до читання, автор звернув увагу на роль інтересу з метою застосування компетентностей.

Наприкінці 80-х, у 90-і роки при розгляді поняття читацької компетентності пріоритетним став виступати діяльнісний аспект. Так, Г. Уестхоф визначає читацьку компетенцію як здатність людини до осмислення текстів різних типів і призначення і різних формальних структур, до зв'язування їх з більш широким контекстом і до використання їх для досягнення

власних цілей, розвитку знань і можливостей для активної участі в житті суспільства [3, с. 65]. Дж. Гірцезік розуміє читацьку компетенцію, як готовність використовувати читання, як засіб придбання нових знань для подальшого навчання [4, с. 13].

Серед російських вчених також немає однозначного визначення поняття «читацька компетентність». Так, Т. Разуваєва читацькою компетенцією називає сукупність знань, навичок, що дозволяють людині відбирати, розуміти, організовувати інформацію, представлену в друкованій (письмовій) формі, і успішно використовувати її як в особистих, так і суспільних цілях, а в дефініції Т. Галактіонова відзначається «здатність до здійснення ефективної читацької поведінки при вирішенні різного роду завдань» [5, с. 7].

Найбільш загальне визначення читацької компетентності дає Н. Сметаннікова. На її думку, «читацька компетентність – це якість збереження прочитаного, сформованого на основі загальної культури людини, що забезпечує можливість вирішення виникаючих навчально-академічних, соціальних і професійних завдань адекватної ситуацій в широкій соціальній взаємодії і освітньо-професійній діяльності» [6, с. 165]. Є. Л. Гончарова розглядає читацьку компетентність як психологічну систему. Вона вважає, що всі компоненти цієї системи підпорядковані її головній функції: перетворення змісту тексту в особистий, смисловий, пізнавальний і творчий досвід читача [7, с. 6]. Визначення читацької компетентності Т.А. Чабанова включає в себе перелік якостей особистості школяра, які формуються в процесі самостійного дитячого читання [8, с. 57].

Структура читацької компетентності, на думку Г.М. Первова, включає в себе: здатність до творчого читання, освоєння літературного твору на особистісному рівні; вміння вступати в діалог «автор – читач», занурюватися в переживання героїв; розуміння літератури як невід'ємної частини національної культури, розуміння приналежності літератури до сфери художньої культури (мистецтва), усвідомлення її специфіки як мистецтва слова; знання і розуміння змісту та проблематики вітчизняних і зарубіжних художніх творів, обов’язкових для вивчення; уявлення про найважливіші етапи розвитку літературного процесу, про основні факти життя і творчості видатних письменників; специфіки мови художнього твору [9, с. 41].

На наш погляд, дані визначення занадто розпливчасті, не несуть конкретної інформації, не піддаються вимірюванню будь-яким критеріям. Від попередніх авторів значно відрізняється трактування Н.М. Ложкіної, яка розглядає читацьку компетенцію як «певну міру включення учнів в читацьку діяльність на основі їх лінгвістичної, мовної та професійної готовності до здійснення цієї діяльності, а також принципів суб’єктивності, самостійності, інтегративності, когнітивного і діяльнісного підходів». Як бачимо, різнорідні ключові слова даного визначення не відображають суть поняття, не сприяють розкриттю його змісту і розуміння слова «компетентність» як результату діяльності. При цьому не розмежовуються поняття «компетентність» і «компетенція». На наш погляд, зміст терміна «читацька компетентність» розкривається тільки у трактуванні Є.А. Орлової, де вчена підкреслює зв’язок читацької компетентності з загальнокультурною компетенцією і визначає її як «сукупність знань і навичок, що забезпечують індивіду можливість без труднощів користуватися перевагами писемної культури ...» [10, с. 71].

Українськими вченими-методистами (В. Голубков, Н. Волошина, Є. Пасічник, Ю. Султанов, Л. Мірошниченко, О. Ісаєва, С. Шаповал, В. Гладишев, А. Мельник та ін.) читацька компетенція розглядається як цілісна системна якість особистості читача художньої літератури і як здатність до естетичного діалогу із художнім твором на основі творчих, художніх здібностей, естетичної чутливості, читацького досвіду та літературознавчих знань.

Аналіз змісту поняття «читацька компетенція / компетентність» свідчить не тільки про різну інтерпретації поняття, а й відсутності будь-яких єдиних підстав, підходів, загальної методології. Так, О. Ісаєва розглядає читацьку компетенцію як «психологічну систему, яка включає головний компонент – здатність перетворювати зміст тексту в зміст особистого досвіду читача [11, с. 42]. Натомість методисти В. Голубков, Г. Гуковський, М. Рибникова вважали вдумливе читання тексту твору, єдність емоційного сприйняття та глибокого критичного аналізу запорукою успішної літературної освіти.

Як бачимо, в жодному з наведених визначень не сказано про сприйняття, розуміння сенсу інформації, інтерпретації, оцінці прочитаного тексту, діалозі з автором, що і становить суть процесу читання і результат його як виду мовної діяльності. Поняття «читацька компетенція» складно сформулювати без опори на ці ключові слова, що визначають зміст даного поняття, а також без урахування його культурного компонента, що сполучається з загальнокультурною компетенцією, оскільки саме читання – шлях до її формування.

Отже, читацька компетентність – це сукупність знань, умінь, навичок, що забезпечують процес читання як виду мовленнєвої діяльності: сприйняття, розуміння, прогнозування, інтерпретація, витяг сенсу інформації, оцінка прочитаного тексту, діалог з автором, - готовність використовувати отриману інформацію у власному особистому досвіді, в різних соціокультурних ситуаціях, вільно орієнтуватися в сучасному світі.

Аналіз літератури показав, що існують різні теоретичні підходи до визначення поняття «читацька компетентність», однак вони мають спільні чинники. Так, більшість зарубіжних та вітчизняних вчених вважать, що слід розглядати це поняття з позиції діяльнісного підходу. Вони розуміють під «читацькою компетентністю» здатність учня ефективно взаємодіяти з текстом, вміння усвідомлювати та аналізувати прочитане, здатність находити швидко потрібну інформацію в тексті та навики обговорення прочитаного.

Хоча формування читацької компетентності є однією з головних проблем української школи, однак на сьогоднішній день замало відповідних розробок для розвитку читацької компетентності учнів у процесі вивчення літератури. Отже, аналіз вказаної проблеми, дозволяє нам зробити висновок, що одне з головних завдань сучасної школи – це теоретико-методологічне обґрунтування та практичне застосування відповідних методик розвитку читацької компетентності дітей середньої школи.

Література

1. Черепанова Л. Формирование лингвистической компетенции школьников в основной общеобразовательной школе: теоретические основы / Л. Черепанова. – М.: Просвещение, 2005. – 457 с.
2. Ніколаєв С.Ю. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / С.Ю. Ніколаєв. – К.: Ленвіт, 2003. – 261 с.
3. Westhoff G. Fertiqkeit Lesen [text] / Westhoff G. – Goelthe-Institut Muenchen, 1997 – 176 p.
4. Grzesik J. Textoerstehen lerhen und lehren / J.Grzesik. – Stuttgart, 1990 – 405 p.
5. Разуваева Т.А. Формирование читательской компетентности студентов факультета иностранных языков. – автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. пед. наук / Т.А. Разумаева. – Тула, 2006. – 23 с.
6. Сметанникова Н.Н. Компетенции чтения и компетентный читатель / Н.Н. Сметанникова // Библиотека и чтение в структуре современного образования. – 2009. – №9. – С. 165–166.
7. Гончарова Е.Л. Ранние этапы читательского развития. К теории вопроса / Е.Л. Гончарова // Дефектология. – 2007. – № 1. – С. 4–11.
8. Чабанова Т.А. Формирование читательской компетентности учащихся начальной школы / Т.А. Чабанова.– М.: Владос, 2007. – 203 с.
9. Первова Г.М. Педагогическая практика студентов по предметам филологического цикла в начальной школе (литературное чтение) / Г.М. Первова. – Тамбов: ТОИПКРО, 2012. – 131 с.
10. Орлова Э.А. Общекультурная и читательская компетентность. Сборник информационно-аналитических материалов по проблемам чтения / Э.А. Орлова. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2009. – 104 с.
11. Ісаєва О.О. Теорія і технологія розвитку читацької діяльності старшокласників упроцесі вивчення зарубіжної літератури: монографія / О.О. Ісаєв. – К.: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2003. – 380 с.

УДК 373.3/.5.091.31 **Байрацька А. О.**

«ПЕРЕВЕРНУТИЙ» УРОК ЯК НОВА ТЕХНОЛОГІЯ НАВЧАННЯ

На сьогоднішній день освіта – одна з найважливіших сфер людської діяльності, пов'язана з усіма царинами суспільного життя. Якісна освіта є невід'ємною складовою подальшого успішного розвитку особистості. Час не стоїть на місці, а отже й освітній процес змінюється, трансформується. У зв'язку з цим з'являються нові технології навчання, які підіймають освітній процес на новий щабель розвитку.

Серед таких інноваційних технологій навчання гідне місце посідає модель «перевернутого навчання» або «перевернутого уроку», яка останнім часом користується неабиякою популярністю. З кожним роком усе більша кількість вчителів застосовує цю технологію навчання.

Мета роботи – розкрити сутність технології «перевернутого навчання», дослідити її витоки та історію виникнення, проаналізувати переваги та недоліки.

Перевернуте навчання (Flipped-learning) – це форма активного навчання, яка дозволяє «перевернути» звичний процес навчання таким чином: домашнім завданням для учнів є перегляд відповідних відеофрагментів з навчальним матеріалом наступного уроку, учні самостійно проходять теоретичний матеріал, а у класі час використовується на виконання практичних завдань [1, с. 4].

Перевернутий клас – це така педагогічна модель, в якій типова подача лекцій і організація домашнього завдання міняються місцями. Учні дивляться вдома короткі відео-лекції, у той час, як у класі відводиться час на виконання вправ, обговорення проектів і дискусії. Відеолекції часто розглядаються як ключовий компонент у «перевернутому» підході, вони створюються викладачем і розміщуються в Інтернеті [2, с. 3].

Звернімося до витоків та історії виникнення вищезгаданої технології. Авторами «переверненого навчання» вважають вчителів хімії Аарона Самса і Джонатана Бергманна (США), хоча це не зовсім так. У 1999 році професор фізики Гарвардського університету Ерік Мазур розробив ефективний інструмент інтерактивного навчання студентів. Роздрукувавши свої лекції, він роздав їх студентам, запропонувавши ознайомитися з навчальним матеріалом самостійно. На аудиторних заняттях професор запропонував студентам відповісти на ряд запитань та виконати тест. Новий метод він назвав Peer Instruction – колегіальною інструкцією, або інструкцією однолітків.

Унісши 2008 року до технології певні зміни, вчителі хімії Аарон Самс і Джонатан Бергманн назвали її «Перевернутим навчанням» (flipped learning). Зміни полягали в тому, що їхні учні готувалися до уроку не за підручниками, а за відеороликами, на які було записано пояснення. [3, с. 20]. Вони навіть написали книгу «Перевернуте навчання або як достукатися до кожного учня на уроці», у якій розповідають про особливості технології та її можливості.

Досліджуючи цю технологію, переглянувши велику кількість теоретичного матеріалу, не можна не помітити розбіжності у назві представленого методу. Українські дослідники по-різному перекладають flipped-learning. Можна зустріти такі інтерпретації назви: перевернуте, перегорнуте, перевернене навчання.

Більшість українських дослідників все ж таки беруть до уваги назву «перевернуте навчання». Це спостерігається у працях Кізім С., Луньової О. та Скрипки Д., Хомутенка М., Слушного О., а також методиста Блідар І., яка створила посібник, який подає всебічну характеристику технології «перевернутого навчання». Певна кількість дослідників подає назву «перевернене навчання», до таких відносяться: Приходькіна Н., Романич Н. Значно рідше, але все ж таки можна зустріти назву «перегорнуте навчання». Нею послуговуються Лісна Л. На нашу думку, найбільш прийнятною є назва «перевернуте навчання», тому надалі послуговуватимемся саме нею.

Досліджуючи нову технологію, не можна не звернути увагу на її переваги та недоліки, щоб зрозуміти чи варто впроваджувати її у сучасний навчальний процес.

Переваги представленої технології:

- активна залученість учнів у процес навчання;
- навчальні матеріали (відео, аудіо) завжди у вільному доступі;
- звільняється час на уроці для активних форм роботи;
- вчитель має більше часу для тих учнів, яким потрібна додаткова допомога;
- учні можуть працювати у зручному для себе темпі (поставити на паузу, перемотати або переглянути відеоурок);
- відеоуроки доступні для всіх учнів, навіть тих, хто був змушений пропустити заняття в школі;
- учні мають можливість навчати один одного (деяким учням вдається зрозуміти матеріал швидше, ніж іншим);
- залученість батьків (батьки також можуть переглядати відеоуроки і допомагати своїм дітям засвоювати та розуміти матеріал).

Незважаючи на велику кількість переваг, технологія має свої недоліки, серед яких можна виділити такі:

- застосування технології передбачає наявність певного технічного оснащення, яке не кожна школа та учень може собі дозволити;
- робота вчителя зі створення інформаційних ресурсів та розробку завдань на урок забирає дуже багато часу та вимагає певних зусиль та знань;
- технологія вимагає самостійного оволодіння теоретичним матеріалом учнями, оскільки на уроках більша увага приділяється практичним аспектам;
- пряме пояснення вимагає менше зусиль від студентів, ніж опосередковане, тому деякі з них не переглядають лекції повністю, покладаючись на додаткові пояснення лектора;
- завдання для опрацювання на занятті повинні мати репродуктивний, а також розвивальний та творчий характер, щоб досягти справді гарного результату.

Отже, технологія перевернутого уроку дозволяє змінити підхід до навчання від пасивного до активного, завдяки чому учні глибше засвоюють матеріал. Як один з варіантів змішаного навчання, така модель дозволяє продуктивно використовувати час як вчителів, так і учнів.

Наведена технологія сприятиме здійсненню навчання всіма верствами населення, особливо тих, хто не може з об’єктивних причин відвідувати заняття, а також тих, хто живе на периферії і не має змоги навчатися.

Література

1. Кадемія М. Ю., Кізім С. С Інтенсифікація навчального процесу засобами електронного навчання [Електронний ресурс] / М.Ю. Кадемія, С. С. Кізім. – Режим доступу : http://ito.vspu.net/repozitariy/Kademiia/stati_17/Intensif_nav_pros.pdf
2. Блідар І. М. Посібник для формування нових знань і навичок щодо використання сучасних ІТ –технологій / І. М. Блідар. – Кіровоград, 2017. – 59 с.
3. Слушний О. М. Технологія «перевернутого навчання» як інноваційний засіб підвищення якості освіти / О. М. Слушний // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: педагогіка і психологія. – 2016. – Вип. 48. – С. 19-23.

СЕКЦІЯ
РЕКЛАМА

УДК 659.1:654.19 (043) **Стовба О. О.**

СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА РАДІО

Радіореклама – один з універсальних засобів реклами, який у рекламодавців є другим за популярністю серед електронних ЗМІ після телереклами[4].

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що дослодження специфіки створення аудіореклами, а саме написання тексту, дикторська начитка, та обробка аудіо матеріалу допоможе досягунити певного рекламного ефекту.

Метою дослідження виступає створення рекламного продукту для радіо. Відповідно до зазначеної мети виникає необхідність вирішення **таких завдань:**

1. Опрацювати літературу за темою дослідження.
2. Визначити специфіку та різницю між написанням рекламного тексту комерційного та соціального змісту.
3. Дослідити основні особливості дикторської начитки.
4. Створення та аудіо записи тексту реклами.
5. Монтування записаної аудіо реклами за допомогою ПЗ «Cubase 5».

Об'єктом дослідження є соціальні та комерційні ролики для радіостанцій.

Предметом дослідженням виступає радіо реклама та специфіка її створення.

Теоретичною основою є наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, а саме В. Смирного, А. Аллахвердова, В. Сухаревої, О. Філімонової, П. Хюллена, Т. Карга.

Наукова новизна. У ході роботи було написано рекламні тексти комерційного та соціального змісту, записано їх для подальшого монтування та продемонстрована специфіка монтажу аудіореклами, до цього моменту це не було предметом дослідження.

Методологія дослідження. У процесі дослідження для розв'язання поставлених завдань було застосовано теоретичний аналіз наукової літератури з радіо журналістики, особливості створення рекламного тексту та теоритичні навички шодо професійних програм для аудіо монтування та інші. Також у ході дослідження були застосовані емпіричні методи, а саме: спостереження, та експеримент, який полягає у створенні власного рекламного продукту.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що результати роботи можна подавати у вигляді готового рекламного продукту та запускати в ефір радіостанцій, також результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення й глибшого розуміння щодо створенная радіореклами, а саме: створення комерційного та соціального тексту, його запис та подальше монтовуння.

Необхідно чітко резмежувати комерційну та соціальну рекламу. Комерційна реклама являє собою неособисті форми комунікації, здійснювані за допомогою платних засобів поширення інформації з чітким зазначенням на джерело фінансування [1, с. 321]. Соціальна реклама – інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої немає на меті отримання прибутку [2].

Проведемо порівняльній аналіз комерційної та соціальної реклами за критеріями:

Призначення.

Соціальна реклама направлена на гуманізацію суспільства і формування його моральних цінностей, комерційна – на просування на ринку бренду / товару / послуг.

Місія.

Соціальна реклама покликана на внесення змін у поведінкову модель суспільства з гуманістичної, соціальної точки зору, комерційна – на зміну поведінкової моделі суспільства з економічної точки зору.

Роль.

Соціальна реклама повинна відігравати освітню, виховну, агітаційну, комунікаційну, інформаційну роль у суспільстві, комерційна – маркетингову, економічну, соціальну, комунікаційну та інформаційну.

Предмет.

Предметом соціальної реклами є ідея, що володіє певною соціальною цінністю, комерційної – товар, послуга, об'єкт (компанія, бренд).

Типи / види.

Соціальна реклама є некомерційною, громадською, державною, соціальною, комерційна – споживчою (торгово-роздрібною), політичною, іміджевою, адресно-довідковою, корпоративною.

Цілі.

Соціальна реклама призначена привернути увагу до назрілих соціальних проблем, змінити ставлення населення до якої-небудь проблеми, комерційна – створити поінформованість, надати інформацію, переконати, нагадати, схилити до рішення про покупку [3].

Серед специфіки створення можна виокримити такі особливості:

- Для створення сюжету і забезпечення впізнаваності необхідний час: дорожчий 60-секундний радиоролик має більше шансів для запам'ятовування, ніж 30-секундні.
- Для радіореклами перші 10 секунд найважливіші: якщо відразу не зацікавити слухача, він може не сприйняти рекламне послання.
- Швидкість читання не повинна перевищувати двох з половиною слів в секунду. Можлива кількість слів у радиоролику на 10 секунд - 20-25 слів; на 20 секунд - 40-45 слів; на 30 секунд - 60-70 слів; на 60 секунд - 125-140 слів.
- У рекламі тривалістю 1 хвилина назва товару або фірми слід повторити 4-5 разів.
- Треба допомогти слухачеві подумки побачити товар. Для цього слід згадувати такі його характеристики, як розмір, колір, вага, запах і т.д. Музика і різні звукові ефекти повинні допомагати сприйняттю товару, а не розважати.
- Послідовність пред'явлення інформації повинна бути наступною: спочатку «що», потім «як» - і тільки потім «де» [4].

Переходячи до висновків ми бачимо, що дотримуючусь певних норм при створенні тексту, його запису та монтування можна досягну успіху на фінальну етапі рекламного ролику будь-то соціальний чи комерційний ролик, ця реклама зможе запам'ятатися слухачеві.

Література

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: пер. с англ. / Котлер Ф. – М. : «ВИЛЬЯМС», 2007. – 647 с.
2. Закон України про рекламу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/ (дата звернення: 11. 12. 2017)
3. Комерційна і соціальна реклама: порівняльний аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_55_72.pdf (дата звернення: 11. 12. 2017)
4. Продающая реклама на радио: о чем надо знать и помнить [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.elitarium.ru/radioreklama-reklama-na-radio-audioreklama-radiostancii-rejting-segment-slushateli-mediaplanirovanie/ (дата звернення: 11. 12. 2017)

УДК: 659.138(477)

Супрун Г.С.

ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА НА ВУЛИЦЯХ СУЧАСНОГО МІСТА

Сучасного городянина на вулицях оточують щити, вивіски, плакати, покажчики, розтяжки. Відгородитися від них неможливо. У цьому полягає і величезний плюс рекламного впливу, і величезний мінус. Змінилися економічні умови, вони викликали бурхливий розвиток реклами. Причому, кількість рекламних оголошень і обсяг витрат на зовнішню рекламу постійно зростає. Саме тому зараз виникла потреба в аналізі і вивченні міського рекламного середовища як цілісної системи [1, с. 8].

Зовнішня реклама об'єднує в собі найкращі риси рекламного бізнесу, створює та підвищує рівень популярності товарів та послуг.

Актуальність дослідження: на сьогодні тема дослідження надзвичайно актуальна, адже зовнішня реклама є одним з найпотужніших інструментів взаємодії з аудиторією. Більш того, outdoor дозволяє оцінювати ефективність принципів та методів, які застосовуються при створенні зовнішньої реклами.

Об'єкт дослідження – рекламні зовнішні носії на вулицях міста Маріуполь.

Предмет дослідження – зовнішня реклама на вулицях міста: види, тематика, специфіка створення та розміщення.

Хронологічні межі дослідження: 2017 – 2018 р.

Мета дослідження: вивчити та систематизувати види й тематику, специфіку створення та розміщення зовнішньої реклами на вулицях міста.

Завдання дослідження:

- дослідити літературу за темою дослідження;
- встановити, який вплив має зовнішня реклама на аудиторію, і які методи і принципи застосовуються при створенні зовнішньої реклами;
- проаналізувати на прикладах зразків зовнішньої реклами на вулицях міста стан даного виду реклами в Маріуполі.

Для розкриття цієї теми необхідно використовувати наступні **методи**:

- аналіз - слугує для поділу на складові компоненти і передбачає подальше вивчення наукової інформації. Характеризується виділенням і вивченням окремих частин об'єктів дослідження;
- бібліографічний - вивчення кількісної сукупності документів, які використовуються в ході наукового дослідження;
- теоретичний – аналіз літератури, де висвітлюється сучасне бачення досліджуваної проблеми; аналіз досвіду вчених, що працювали в даній галузі науки, зіставлення різних прийомів і елементів зовнішньої реклами.

У рамках кожного виду зовнішньої реклами існують свої жанри, котрими диктується вибір оформлювального стилю та виразних засобів. Більшість рекламних, рівно як і літературних, жанрів називаються за продуктом, що представляє їх [2, с. 2-3]. До них належать: акрілайт, афіша, банер, брандмауер, вітрина, вивіска, лайтбокс, плакат, постер, білборд, а також реклама на транспорті.

В кінцевому підсумку, всі функції реклами зводяться до досягнення основних цілей: формування попиту і стимулювання збуту. Щодня впливаючи на людину, реклама є його постійним супутником.

Для зовнішньої реклами існує п'ять найбільш важливих вимог:

1.Часто попадатися на очі.
2.Привертати до себе увагу.
3.Бути короткою.
4.Бути легко читається на ходу.
5.Бути зрозумілою [3, с. 100].

Правила створення та розміщення об'єктів зовнішньої реклами встановлюються державою. Основними є:

- отримання дозволу для використання елементів;
- реклама не повинна заважати перехожим, водіям автотранспорту та його пасажирам;
- безпечність елементів;
- щити і розтяжки не повинні закривати вікна житлових будинків.

Отже, у ході аналізу зовнішньої реклами, її видів, специфіки створення та розміщення, можна визначити, що зараз вона набуває нових форм, використовуються нові методи і принципи, щоб досягти максимальної ефективності реклами.

Література:

1. Кнорре К. Наружная реклама / К. Кнорре. – М. : Бератор-Пресс, 2002. – 192 с.

2. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама / С.Н. Бердышев. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 132 с.
3. Бернадская Ю.С. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская , С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М. : Наука, 2005. – 281 с.

УДК 659.14:654.1 (043) **Шамрій В. О.**

РЕКЛАМА ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ «1+1», «СТБ», «ІНТЕР»)

Телебачення – це вигідний засіб для розміщення реклами. Це найкращий спосіб взаємодіяти з розумом потенційних покупців: за допомогою звуків та візуальних ефектів. Цим вигідно користується й телереклама. Телереклама володіє хорошою запам'ятованістю. Вона показується в телеефірі багато разів, дуже міцно впроваджує у свідомість і підсвідомість телеглядачів те, що необхідно рекламодавцеві.

Найважливішою перевагою телереклами є можливість демонстрації зображення, що рухається, показу у дії рекламованого об'єкту, а також процесу створення товару.

Проте головний її плюс – висока емоційна переконливість. Всього за декілька секунд вона викликає у споживача стійке і абсолютно визначене емоційне відношення до товару [1, с. 85].

Актуальність обраної теми. На відміну від зовнішньої реклами, де людина може не звертати увагу на білборди, розміщення на каналах телебачення реклама дуже помітна тому, що вона може повторюватися багато разів між передачами і її неможливо пропустити. Серед повідомлень в рекламних блоках превалюють саме ролики, що рекламують лікарські засоби. В середньому, серед 32 реклам у блоці, 11 присвячені лікарським засобам.

Показники виділяють телеканали, які найбільше транслюють рекламу медикаментів: «Студія» 1 + 1 «(обсяг продажів – 1 млрд. 539 млн грн, кількість виходів – понад 54 тис.). Телеканал» Інтер, який поступився своїм лідерством, виявився на другому місці (обсяг продажів – 1млрд. 535 млн грн, кількість показів – майже 63 тис.). і третє місце посів канал СТБ з об'ємом продажів 1 млрд 51 млн грн і кількістю показів 57,5 тис. В цілому ж телеканали продали реклами ліків на 7 млрд 171 млн грн, забезпечивши 1,5 мільярда показів [2].

Об'єктом дослідження є телеканали «СТБ» , «Студія»1+1» та «Інтер».

Предметом дослідження виступає реклама лікарських засобів на телебаченні.

Хронологічні межі дослідження: 2017 – 2018 р.

Метою дослідження є аналіз рекламного контенту лікарських засобів на українському телебаченні. Відповідно до зазначеної мети виникає необхідність вирішення **таких завдань:**

1) опрацювати літературу за темою дослідження;
2) дослідити засади рекламної діяльності в Україні;
3) проаналізувати рекламу медичного спрямування на каналах телебачення в України;
4) визначити основні тенденції рекламних матеріалів на ТВ.

Наукова новизна. У роботі здійснено вивчення рекламних матеріалів на прикладі телеканалів «СТБ», «Студія»1+1» та «Інтер» за 2017 рік, особливості функціонування реклами в яких за зазначений період ще не було предметом дослідження.

Методологія дослідження. У процесі дослідження для розв'язання поставлених завдань було застосовано теоретичний аналіз наукової літератури з реклами на телебаченні, вивчення вимог рекламних засобів за Законом України «Про рекламу» на телеканалах з метою отримання інформації для подальшого моніторингу каналів ТБ. Також уході дослідження були застосовані такі методи як моніторинг для подальшого складання статистики, при якій буде зрозуміла кількість реклами медикаментів на телебаченні, а також порівняння реклами лікарських засобів за допомогою щоденних каналів «СТБ», «Студія»1+1» та «Інтер».

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що проаналізовано та систематизовано джерела з теми дослідження, отримані висновки можуть сприяти подальшим науковим дослідженням у галузі вивчення телевезійних медіа.

Практичне значення. Результати дослідження можуть статися в нагоді у процесі проведення практичних занять з предметів «Реклама та зв'язки з громадкістю», «Теорія і практика рекламної діяльності».

Телеглядачі довіряють рекламі медикаментів, яка знаходитися на каналах ТБ. Сам факт появи реклами на телебаченні говорить про заможність рекламодавця, і після декількох прокатів в ефірі він може розраховувати на зростання ділової репутації, довіри клієнтів [3, с. 98].

У ході аналізу каналів «1+1», «СТБ», «ІНТЕР», можна визначити, що рекламні ролики діляться на такі, після яких залишається хороша думка про товар (медикамент) та ті, які залишають негативну думку, і товар не хочеться в подальшому купити. А думка глядача і майбутнього споживача медикаменту важлива, високу конкуренцію в фармацевтичній галузі.

Найчастіше канали транслюють у своїх роликах дітей (рекламують сиропи від кашлю, краплі для носа, вітаміни), дівчат (рекламують таблетки від стресу, від болю живота, проблем з травленням, а також мазі для ніг), літніх людей (мазі для суглобів, таблетки від тиску тощо).

Таким чином, чималий сегмент рекламної інформації на провідних каналах українського телебачення належить рекламі лікарських засобів та товарам медичного призначення. Для створення таких рекламних роликів використовуються прийоми, які багато в чому є схожими. Тому однією з проблем реклами медичного спрямування є її схожість та невиразність.

Література

1. Песоцкий Е. Современная реклама теория и практика / Е. Песоцкий. – М. : Ростов- на-Дону. Феникс, 2001. – 134 с.
2. Украинские телеканалы за год показали рекламы лекарств на 7 млрд грн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zn.ua/UKRAINE/ukrainskie-telekanaly-za-god-pokazali-reklamy-lekarstv-na-7-mlrd-griven-208516_.html (15. 11. 2017)
3. Бернадская Ю.А. Основы рекламы : учеб. пособ. / Ю.А. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова, Л.М. Дмитриева. – М. : Наука, 2005. – 281 с.

УДК (043) 659.117.3:338.46

Бондаренко В. Е.

РЕКЛАМУВАННЯ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ПОСЛУГ У МІСТІ МАРІУПОЛЬ

Рекламна діяльність в сфері послуг відіграє велику роль у просуванні компанії на ринку збуту. Саме тому існує велика кількість компаній, які пропонують свої послуги в даній сфері. Однак зробити рекламу правильно не так просто, як може здаватися на перший погляд.

Маріуполь – велике промислове місто, в якому на сьогоднішній день масштабно розвивається сфера послуг. Тільки завдяки сучасному рекламному маркетингу сфера послуг у місті здійснюється успішно, дозволяючи підприємствам розвиватися і поширювати свої послуги з ще більшим успіхом.

Актуальність дослідження. Сучасна рекламна діяльність в сфері послуг дозволить швидко розкрутити будь-який бренд і продукцію, зробити компанію більш впізнаваною і популярною. Адже всім відомо, що вибираючи між двома схожими за ціною і характеристиками товарами, покупець віддасть перевагу продукції фірми, яка йому більш симпатична або ж просто відома. Послуги як предмет купівлі-продажу у м. Маріуполь мають специфічні особливості, не порівняні з товаром, що проявляється й у рекламній діяльності теж. Саме тому дане дослідження є актуальним.

Успіхи діяльності будь-якого підприємства залежать від вміло поставленої рекламної політики, яка дозволяє швидше подолати бар'єри між виробником і споживачем. Вона дозволяє встановлювати зв'язок з споживачем послуг через такі джерела інформації, як преса, телебачення, радіомовлення, друковані засоби масової інформації тощо. Реклама у сфері

послуг має свої особливості і відмінності від реклами різноманітних товарів, що дозволяє розглядати сферу послуг як самостійний напрям на товарному ринку. Для сфери послуг характерні певні форми і методи їх формування, визначені етапи планування, поточні і перспективні завдання.

Рекламна діяльність в сфері послуг відіграє велику роль у просуванні компанії на ринку збуту. Однак здійснити рекламу правильно не так просто, як може здаватися на перший погляд. Саме тому існує велика кількість компаній, які пропонують свої послуги в даній сфері.

Комерційна реклама є невід'ємною умовою розвитку конкуренції, оскільки несе в собі певну інформацію і виступає орієнтиром для споживачів. Вона інформує споживача про різноманітність ринку товарів і послуг, однак сама по собі не формує потребу, а інформує про предмети, які здатні задовольнити ті чи інші потреби, тим самим стимулюючи її.

Комерційна реклама робить виклик конкурентам, який змушує салон удосконалювати свій товар, підвищувати власну конкурентоспроможність. Вона сприяє більшій турботі виробника про якість послуг, що надаються

Об'єктом дослідження виступають заклади сфери послуг міста Маріуполя.

Предметом дослідження є рекламна продукція сфери послуг у місті Маріуполі.

Метою дослідження є ґрунтовний аналіз рекламування закладів сфери послуг та їх продукції у м. Маріуполь. Відповідно до зазначеної мети виникає необхідність вирішення таких **завдань:**

- визначити сутність поняття комерційна реклама, її основні завдання та функції;
- охарактеризувати вплив комерційної реклами на просування закладів сфери послуг в умовах сучасного ринку;
- проаналізувати рекламування сфери послуг у м. Маріуполь;
- встановити особливості просування торгівельних послуг засобами інтернет-реклами.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше проводиться сучасне теоретично-практичне дослідження, яке присвячене питанням рекламування сфери послуг саме у місті Маріуполь.

Методи дослідження: для розкриття цієї теми необхідно використовувати наступні методи:

– бібліографічний – для якісного відбору інформації для розкриття сутності досліджуваної тематики;

– теоретичний – для виділення та аналізу окремих сторін проблеми, що допоможе глибше проникнути в сутність досліджуваного явища;

– емпіричний – для спостереження, порівняння, що допоможуть пізнати практичну сторону дослідження.

Теоретична значимість: оскільки до цього часу реклама закладів сфери послуг в Маріуполі не вивчалася, то завдяки висновкам, отриманим після закінчення проведення дослідження, майбутні дослідники матимуть змогу дізнатися та використовувати виявлену інформацію.

Практичне значення дослідження. Сформульовані в дослідженні положення й висновки можуть бути використані під час розробки підручників та посібників з рекламної діяльності, у практиці навчання на лекційних і практичних заняттях з журналістського фаху у вищих навчальних закладах.

Таким чином, рекламна діяльність в сфері послуг відіграє велику роль у просуванні компанії на ринку збуту. І, щоб здійснити її правильно, необхідно проаналізувати стан рекламного ринку сфери послуг для виявлення загальних тенденцій та недоліків.

Література :

1. Головлева Е. Л. Основы рекламы: учеб. пособ./ Е.Л. Головлева. – М. : ЗАО Издательский Дом «Главбух», 2003. – 272 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Филип, Армстронг Гарри, Сондерс Джон,; пер. с англ. – 2–е изд., европ. – М. : Изд. дом «Вильямс», –2011. – 1152 с.

3. Войчак А. В. Маркетинг : підручник / А. В. Вовчак, А. Ф. Павленко. – К. : КНЕУ, 0 2003. – 246 с.
4. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.kneu.kiev.ua/ (Дата звернення: 24.11.2017)

УДК 659.134(477.62-2) **Балабан В.М.**

СПРИЙНЯТТЯ ТРАНСПОРТНОЇ РЕКЛАМИ ЛЮДИНОЮ

Важливим для ефективної рекламної діяльності психічним процесом є сприйняття. Сприйняття дає людині інформацію про об'єкти в цілому при їх безпосередньому впливі на аналізатори.

У рекламі, особливо зовнішній, ці ілюзії широко використовуються і дають додатковий психологічний ефект впливу**.** Тому метою створення рекламного тексту на транспорті є не лише інформування населення про певну продукцію, а й безпосередній вплив на його життя, формування свідомості та поглядів.

Всі види транспорту – це рекламні носії, які дозволяють проводити неординарні рекламні кампанії. Потенційний покупець вибагливий і хоче отримувати якісний рекламний продукт, який не буде надто нав’язливим і при тому привертатиме увагу. Саме таке завдання виконує реклама на транспорті.

Основною перевагою реклами на транспорті є її динамічність. Рекламні зображення на бортах та вікнах транспортних засобів переміщуються по місту, що сприяє більшій кількості контактів з потенційними споживачами товарів та послуг.

Наочність – це ще одна з переваг реклами на трамваях, тролейбусах, автобусах і інших транспортних засобах. Саме візуальний канал сприйняття інформації вважається найефективнішим для впливу на аудиторію [1].

Актуальність дослідження базується на тому, що з розвитком інформаційних технологій реклама на транспорті стала більш зрозумілою і читабельною для споживача та здобула популярності на ринці реклами, тому вивчення її розмаїття в сучасному місті є актуальним напрямком.

Об'єкт дослідження: транспортні засоби Маріуполя як носії реклами.

Предметом дослідження є реклама на транспорті та її сприйняття людиною.

Хронологічні межі дослідження: 2017-2018 роки.

Мета дослідження: аналіз реклами на транспорті у м.Маріуполь.

Для розкриття цієї теми необхідно використовувати наступні **методи:**

- систематизація та узагальнення – для роботи з літературою;
- бібліографічний – для якісного відбору інформації за потрібними критеріями;
- теоретичний – для виділення та аналізу окремих сторін проблеми, що допоможе глибше проникнути в сутність досліджуваної реклами;
- емпіричний – для виконання спостереженя та аналізу за рекламою на транспорті міста Маріуполь.

Реклама, яка розміщується ззовні та всередині транспортних засобів м. Маріуполя має величезну перевагу – споживачі бачать її тривалий період і встигають максимально вивчити рекламу, поки їдуть у справах.

Реклама в транспорті, наразі, отримує популярність, і тому вважається відносно недорогою, але, при цьому, вона стає якісним інструментом маркетингового просування.

Для аналізу діяльності транспортної реклами у м. Маріуполі проводилося спостереження за усіма типами транспортних засобів, а саме:

- маршрутні таксі;
- тролейбуси;
- автобуси;
- трамваї;

- приватні таксі;
- транспортні засоби підприємств сфери послуг.

Під час дослідження було виявлено, що реклама на транспорті розміщується з урахуванням особливих категорій споживачів. Наприклад, інформація, яка стосується людей похилого віку, буде розташована у салонах тролейбусів та трамваїв, тому що це оптимальний засіб пересування для даної цільової аудиторії.

Транспорті засоби вміщують в себе рекламу різного типу. Перед громадскістю постає рекламна інформація про культурні заходи, які проводяться у м. Маріуполі, рекламуються торговельні марки, медичні, навчальні, розважальні заклади. Шляхом спостереження було виявлено, що споживачі сприймають рекламу на транспорті свідомо та добре запам'ятовують.

Таким чином, реклама на транспорті у Маріуполі сприяє створенню позитивного іміджу, є ефективною в проведенні масштабних рекламних акцій з охоплення певного регіону чи міста. Крім того, реклама на окремих автомобілях (забрендований власний транспорт) чи салонна реклама є інформативними для споживачів та збільшують продажі продукції та послуг.

Література:

1. Реклама на транспорте [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://artprom.com.ua/reklama-na-transporte/ (дата звернення: 15.11.2017).

УДК 659.13

Бондаренко М. О.

ОБРАЗ ДИТИНИ В ТЕЛЕВІЗІЙНІЙ РЕКЛАМІ

З усіх засобів масової інформації телебачення є найбільш популярним серед населення, і найбільша кількість нарікань зі сторони споживачів відноситься саме до телереклами [1, с. 115].

Як вважає Н. А. Анашкина, на даний момент рекламна комунікація розширює традиційні межі свого значення. Осмислення функціональних можливостей реклами в комерційному плані є стереотипним, не дозволяючи побачити все її різноманіття. Сучасна реклама не просто інструмент стимулювання збуту товарів і послуг, вона сприймається як феномен, що має глибоку технологічну базу. Знаючи принципи й закони, тобто технологію створення реклами, можна зробити підсумок, що сутність будь-якого рекламного товару становить рекламний образ [2, с. 77].

На українському телебаченні все частіше з’являються рекламні ролики з участю образів дітей. Це пов’язано з тим, що використання таких образів посилюють увагу до змісту рекламного повідомлення, полегшує його запам’ятовування, підвищує до нього довіру [3].

Актуальність дослідження полягає у застосуванні саме образу дитини в рекламі на українських телеканалах. На сьогодні реклама грає важливу роль у формуванні свідомості. Дитячий образ використовують як ефективний збудник у рекламному зверненні.

Об’єктом дослідження є рекламні ролики на українських телеканалах «Новий канал» та «1+1» у яких присутній образ дитини за 2017 рік.

Метою дослідження є виявлення специфічних особливостей створення дитячого образу в телевізійній рекламі. Для досягнення мети необхідне розв’язання наступних завдань:

- визначити особливості телевізійної реклами в Україні;
- дослідити класифікацію реклами з образом дитини на українських телеканалах «Новий канал» та «1+1»;
- визначити проблематику рекламних роликів з використанням образу дитини;
- провести контент-аналіз рекламних роликів каналів «Новий канал» та «1+1» за 2017 рік;
- проаналізувати рекламу на українських телеканалах «Новий канал» та «1+1» з метою визначення засобів створення образу дитини.

Для вирішення поставлених завдань, ми вибрали такі методи:

- емпіричний (для спостереження і порівняння, що допоможуть пізнати практичну сторону дослідження);
- систематизація та узагальнення (для роботи з літературою);

- контент-аналіз (для виявлення класифікації реклами з образом дитини на українських телеканалах);
- аналітичний (для обробки даних та аналізу реклами на українських телеканалах «Новий канал» та «1+1»);
- порівняння (для зіставлення рекламних роликів двох телеканалів у висновках).

Теоретична значимість: результати дослідження можуть бути використанні у курсах «Вступ до спеціальності (теорія реклами та зв'язків з громадськістю)»; «Стилістичні засоби у масмедіа»; «Практика рекламної та PR-діяльності за галузями». Дані та висновки можна буде використовувати студентам вищих навчальних закладів, так і викладачам цих закладів для академічних досліджень.

У ході контент-аналізу українського телеканалу «Новий канал» за лютий 2017 р. було виявлено, що образ дитини використовується у рекламних товарів на тему харчування. Так рекламний ролик печива «OREO», який транслювався протягом року з деякими проміжками, використовує образ дитини як споживача продукції. Так само як у рекламі «Растішка», «Чудо», «Яготинське для дітей». В усіх прикладах дитина є споживачем, окрім реклами продукції «Чудо» – діти хочуть погодувати батька йогуртом. Рекламний ролик закінчується зі словами «З «Чудо» навіть дітям легко подбати про близьких».

Що стосується телеканалу «1+1», образ дитини зустрічається у рекламі лікарських засобів. Рекламний блок даного телеканалу за лютий 2017 р. налічує сім роликів, у яких використовується образ дитини. Рекламується такі лікарські засоби як «Муколік», «Пектолван Плющ», «ГентосФорте», «Афлубин», «Гербіон», «Субалін-Форте», «Колдрекс». У цих рекламних роликів образ дини використовувався не завжди у ролі споживача, а більше для довіри потенційного покупця даного препарату.

Таким чином, за допомогою образу дитини в телевізійній рекламі вирішуються питання щодо особливого сприйняття інформаційного повідомлення, яке несе в собі рекламне звернення. По-перше, підвищується довіра до реклами, де з'являється дитина у ролі споживача. По-друге, це залучення уваги потенційного покупця до продукції, де образ дитини може використовуватися як елемент посилення уваги до змісту рекламного повідомлення. По-третє, образ пов'язаний з асоціаціями, що виникають як спогади про дитинство або про дітей потенційного покупця тощо, використовується як ефективний збудник.

Література

2. Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе : учеб. пособие / Л. И. Рюмшина. – М. : Март, 2004. – 240 с.
3. Анашкина Н. А. Рекламный образ : учеб. пособие / Н. А. Анашкина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 175 с.
4. Реброва Г. В. Образ дитини в сучасній соціальній рекламі: юридично-етичний аспект [Електронний ресурс] / Г. В. Реброва // Матеріали доповідей V Регіональної студентської наукової конференції «Мова та література як об'єкти філологічного дослідження» 21 березня 2012 р., м. Харків. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. – С. 125-127. – Режим доступу : http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/6030 (дата звернення 02.11.2017)

УДК 659.12:004.738.5

Близнюк В. О.

СПЕЦИФІКА РЕЛАМИ В ІНТЕРНЕТІ НА ЇЇ ВИДИ

На сьогоднішній день реклама в Інтернеті дуже стрімко розвивається, кожного дня з'являються безліч рекламних матеріалів на різноманітні теми, виконані у відмінних один від одного стилях та видах.

Виготовлення рекламних матеріалів для інтернет-ресурсів суттєво відрізняється від їх виготовлення для інших видів ЗМІ, відрізняється, також, і особливості їх розміщення.

Інтернет-реклама виділяється серед інших видів реклами, насамперед дешевизною виготовлення та великим охопленням аудиторії, а за допомогою можливості націленості на конкретну цільову аудиторію, тобто таргетингу, можна розрізняти потенційних покупців за географічними показниками, за статтю, за віком та інтересами користувачів [1, с. 132]. Це називається контекстною рекламою, саме через те, що рекламні повідомлення показуються лише тим людям, які можуть бути в ньому зацікавленими, а «задоволення існуючого попиту на товари і послуги – одне з найважливіших властивостей контекстної реклами». [2, с. 46].

Медійна реклама – один із видів інтернет-реклами, до складу якого входять банери, відео, інтерактивні ігри та ін. До основних видів медійної реклами відносять банери; відео-ролики інтерактивні ігри; промо-сайти товарів або послуг. Найчастіше під медійною рекламою розуміється банерна реклама, яка є розміщення графічних зображень на різних ресурсах. Використання комплексних засобів – анімацій, відеороликів та мультимедійних банерів – дозволяє детально продемонструвати переваги товару або послуги. [1, с. 136]. На відміну від схожої реклами у інших видах ЗМІ через це, ефективність такої реклами значно вища, завдяки відсутністю обмежень за кількістю ефірного часу або сторінок як у газетах. Можливе також поєднання контекстної та медійної реклами, що може відкрити додаткові переваги над рекламою в інших видах ЗМІ.

Актуальність дослідження. Інтернет-реклама на сьогоднішній день, завдяки своїй ефективності, є одним із пріоритетних напрямків роботи рекламних компаній. Через практику злиття та взаємодії ЗМІ з Інтернетом, останній має найбільше перспектив для подальшого розвитку просування товарів та послуг на ринку. Саме через це, дослідження різновидів та особливостей розміщення та створення реклами в Інтернеті є доволі актуальним.

Мета дослідження: проаналізувати різні види реклами в Інтернеті, особливості її створення та розміщення.

Завдання дослідження:

– дослідити літературу з вибраної теми;

– проаналізувати інтернет-ресурси з різноманітними прикладами рекламних інтеграцій;

– встановити особливості виготовлення та розміщення реклами в Інтернеті.

Об'єкт дослідження: інтернет-ресурси, соціальні мережі.

Предмет дослідження: різні види рекламної продукції, їх створення та розміщення.

Ступінь вивченості: ця тема є досить вивченою серед зарубіжних дослідників, таких як Уеллс, Джефкінс, Доулінг, Тестераман та ін. але не серед вітчизняних дослідників. До того ж, беручі на увагу факт стрімкого розвитку інтернет-реклами, в перспективі ця тема може стати більш об'ємною за рахунок нових досліджень, таких дослідників, як Хамініч, Третьяк, Соколова та креативності контент-мейкерів.

Новизна: тема не є новою, але серед українських дослідників мало хто докладав зусиль для вивчення цієї теми та аналізу ресурсів українського інтернет-простору.

Методи дослідження: для дослідження цієї теми необхідно використовувати наступні методи:

– бібліографічний – для точного та глибокого дослідження обраної теми;

– порівняння – для визначення особливостей інтернет-реклами у порівнянні з іншими видами;

– аналіз – для вивчення окремих частин та визначення структури рекламних матеріалів.

Теоретична значимість: дослідження з цієї теми можуть стати у нагоді вітчизняним дослідникам, адже в Україні це не досить поширена тема для наукових досліджень.

Практична значимість: отримані знання можна використовувати при створенні рекламних матеріалів із послідуючим розміщенням їх на різноманітних інтернет-ресурсах. Також ця інформація може стати у нагоді студентам при підготовці семінарських занять з даної теми, та написанні інших наукових робіт зі схожої теми.

Таким чином, за рахунок низької вартості, оперативності та орієнтованості, реклама в Інтернеті на сьогоднішній день має найбільшу перспективу розвитку у порівнянні з рекламою в інших ЗМІ.

Література:

1. Реклама: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. В. Тулупова. – Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2011. – 400 с.
2. Контекстная реклама в Интернете : настольная книга рекламиста / В. Алиева, А. Басов, Ф. Вирин. СПб. : Питер, 2009. – 224 с.

УДК 659.118:17. **Кочмар В.О.**

ПРОБЛЕМА ПРАВ ЛЮДИНИ В РЕКЛАМНИХ МЕДІА

В наш час інформаційних технологій значне місце у житті людини посідають рекламні медіа. Виходячи з цього, можна зрозуміти, що між людиною та цими медіа є певна взаємодія, але ця «співпраця» не завжди відбувається у межах етично-правових норм.

Реклама є потужним інструментом у формуванні громадської думки, та впливу на неї, якщо вона може корегувати, навіть сформований світогляд людини. Реклама є дзеркалом суспільних стереотипів, проте водночас і їх творцем. [1, с. 5]

Яскравим прикладом утворенню таких стереотипів є ролик з просуванням ТМ «Козацька Рада». У ньому козацтво асоціюється з алкоголізмом.

Гендерні стереотипи в суспільстві сприяють певній поведінковій обмеженості, адже вони закріплюють наявні соціальні розбіжності між представниками різних статей, що також порушує права людини в рекламній продукції [2, с. 72].

Робочі колективи рекламних медіа, повинні знати закони, що регулюють їх діяльність й на основі цього, з дотриманням етичних норм, відпрацювати та розробити певні стандарти, які надалі будуть виключати будь-які порушення прав людини в рекламних медіа.

Метою дослідження є визначити особливості порушення прав людини в рекламних роликах в інтернеті.

Завдання дослідження:

- Опрацювати навчальну літературу з обраної теми.
- Проаналізувати рекламні ролики з порушенням прав людини.
- Провести контент-аналіз рекламних роликів з порушеннями прав людини за 2016-2017р.

Об’єктом дослідження є рекламні ролики, в яких порушують права людини.

Предмет дослідження є проблема прав людини в рекламних медіа. Це питання вивчали такі дослідники, як Т. Давидченко, О. Тєлєтов, Т. Іванова, Т. Лобойко, Л. Танчин, М. Кіца, В. Лапіна, Л. Шпанер, О. Кошкалда, О. Ковтун.

Для дослідження цієї теми необхідно використовувати наступні методи:

- Бібліографічний (для роботи з літературою по даній темі).
- Контент-аналіз (для аналізу змісту рекламних роликів на тему прав людини).
- Компаративний метод (для порівняння рекламних роликів в яких є порушення прав людини).

Отже, реклама, так само як фільми, книжки, телевізійні ток-шоу, є невід’ємною частиною сучасної культури суспільства, що задає стандарти і створює «правила гри» для людей, загальноприйняті поняття про те, як вони мають жити. В тому числі через рекламу передається фундаментальна проблема дихотомії фемінного/маскулінного. Вона є джерелом гендерних стереотипів, що сприяють подальшому закріпленню усталених ролей і субординації в суспільстві [3, с.27].

Отриманні навички та знання, з цієї теми можна буде використовуватипід час підготовки до семінарських занять з курсу «Етика соціальних комунікацій». Також для створення рекламних продуктів з урахуванням етично-правових норм, щоб не порушувати прав людини.

Література

1. Точиленкова Н.Сексизм в рекламі: його подолання через саморегулювання з боку організацій рекламної індустрії /Точиленкова Н., Михандюк Т., Куніцин Г. – Київ. –13с.

2. Інформаційне суспільство: науковий журнал / голова редкол. В.В. Різун, голова ред. В.Ф. Іванов; Інститут журналістики КНУ імені тараса Шевченка. – К., 2013. – Вип. 17. – Січ.-черв. – 96 с.
3. Шостак Н.В. Гендер і його репрезентація в капіталістичній і соціалістичній рекламі / Наталія Шостак. – Київ, 2010. – 86с.

УДК: 659.11(043) **Светліченко А. С.**

РЕКЛАМНА АКЦІЯ ЯК СТИМУЛЮЮЧИЙ ЗАХІД (НА ПРИКЛАДІ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНОГО МАГАЗИНУ "DOMINIC")

Рекламна акція є одним з видів непрямої реклами і покликана будувати більш довірчі відносини з цільовою аудиторією. Експертами пропонується розуміння рекламних акцій як стимулюючих заходів для просування товарів або послуг. Такі акції проводяться для підвищення інтересу потенційних покупців до певних товарів або послуг.[1]

Актуальність даної роботи полягає в тому, що в сучасному світі інформованість потенційних споживачів про товари і послуги виступає важливим чинником, що впливає на економічну ефективність діяльності компанії. А рекламні акції більш нестандартно підходять до інформованості потенційних покупців.

Мета нашої роботи полягає в тому, щоб на прикладі рекламної акції парфумерно-косметичного магазину "Dominic" проаналізувати організацію рекламних акцій та заходів.

Завданнями нашого дослідження є:

• Розглянути види рекламних акцій;

• Проаналізувати особливості створення рекламних акцій;

• Розробити рекламну акцію для парфумерно-косметичного магазину "Dominic".

Об'єктом нашого дослідження є парфумерно-косметичний магазин "Dominic".

Предметом нашого дослідження є рекламна акція для парфумерно-косметичного магазину "Dominic".

Новизна нашого дослідження полягає у тому, що ми розробляємо рекламну акцію саме для парфумерно-косметичного магазину "Dominic".

Методологія дослідження:

• Спостереження;

• Аналіз;

Теоретична значимість полягає в тому, що ми аналізуємо рекламну акцію як стимулюючий захід для просування товарів або послуг.

Практична значимість полягає в тому, що на прикладі організації нашої рекламної акції для парфумерно-косметичного магазину "Dominic" можна буде розробляти рекламні заходи для інших організацій.

Рекламні кампанії та акції займають важливе місце у політиці збуту компанії. Рекламна кампанія – кілька рекламних заходів, які об'єднані однією або кількома цілями, що охоплюють конкретний часовий період і розподілених у часі так, щоб один рекламний захід доповнювало інше.

На сьогоднішній день розроблено багато видів рекламних акцій. Їх можна класифікувати за декількаами видами:

• стимулювання продажу – комплекс маркетингових і комерційних заходів, який проводиться в різних соціальних групах, спрямований на збільшення обсягів продажів (розрізняють заходи, спрямовані на споживача і заходи, спрямовані на продавця);

• рекламні акції Consumer – ряд заходів по стимуляції споживача зробити пробну і повторну покупку, а так само збільшити частоту споживання товару або послуги;

• мерчендайзинг – об'ємний комплекс стимулюючих заходів, що проводяться безпосередньо в торговому залі, у тому числі музичний супровід, дизайн, дегустації, викладка товарів, консультація та інше;

• семплінг – розповсюдження зразків товару серед потенційних покупців, які розсилаються поштою тощо (семплінг є найбільш дорогим способом просування товару);

• маркетинг через ігри – проведення конкурсів, лотерей, вікторин серед потенційних споживачів з подальшим розподілом призів та виграшів;

• візуальне інформування – комплекс візуальних засобів (таблички, вказівники, банери, стенди та інше), які покликані допомагати споживачам, орієнтуватися в просторі і давати їм необхідну інформацію;

• трейд-промо – комплекс заходів, спрямованих на формування та стимулювання мережі збуту товару, прискорення обороту, розвиток дистрибуції (як правило, виражається у стимулюванні продавців безпосередньо, а так само формування партнерської лояльності);

• прямий маркетинг – прямий адресний вплив на конкретну аудиторії певної бази даних, її метою є безпосередній контакт зі споживачем (рекламне звернення персоналізується);

• подієвий маркетинг – разові заходи, спрямовані на просування товару, послуги, торгової марки, іміджу з допомогою яскравих, емоційно легких і надовго запам'ятовуваних подій (церемонії відкриття, виставки, ярмарки, ювілеї, круглі столи, прес-конференції, організація обідів, шоу-маркетинг, презентації та інше). [2]

Ефективна організація рекламної кампанії забезпечує оперативну безперебійну реалізацію пропонованого товару або послуги. Однак важливо відзначити, що для ефективної роботи реклами необхідно розробити відповідну стратегію рекламної кампанії.

Література:

1. Колеснева Е. П. Рекламная деятельность: Учеб. пособие / Е. П. Колеснева. – М. : ТетраСистемс, 2009. – 256 с.
2. Панкратов Ф. Р. Рекламна діяльність / Ф. Р. Панкратов. – М. : 2012. – 280 с.

УДК:659.1:005.1(043) **Балабан В.В.**

ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ДИСКРИМІНАЦІЇ ПРАВ ЛЮДИНИ НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Неможливо уявити життя сучасної людини без реклами. Вона осіла вагоме місце в інформаційному розвитку. Майже всі засоби масової інформації, так чи інакше, є носіями рекламних повідомлень.

Соціальна реклама – це місце для експериментів. Її ціль, пробудити в людині змінити та переглянути відношення до звичайних дій. Вона має все для того, щоб впливати на суспільний розвиток і формування нових цікавих поглядів і інтересів.

Кажучи про дискримінацію у соціальній рекламі в Україні, неможливо не повідомити про складність та багатогранність суспільних процесів. За допомогою реклами людина адаптується до соціальних цінностей, обирає спосіб регуляції поведінки у певній ситуації. Для більшої уваги громадськості, соціальна реклама повинна мати певну родзинку. Але незважаючи на великий попит та користь від неї у нашій країні, вона охоплює не більшу частину інформаційного простору.

М. Лазебник, виконавчий директор Всеукраїнської рекламної коаліції, вважає: «Соціальна реклама – важливий елемент загальної соціальної політики держави, її невід’ємна частина. Тому говорити про соціальну рекламу потрібно лише в рамках загальної стратегії роботи державних органів з соціальними проблемами» [1]. Головне, що соціальна реклама не повинна нав’язуватися, її аудиторія повинна отримувати вагомі причини, спонукання дотримуватися соціальних норм та правил поведінки [2].

З 2000 року в Україні щорічно проводиться конкурс соціальної реклами “Нові імена в рекламі”. У 2007 році Всеукраїнською рекламною коаліцією була створена “Біржа соціальної реклами”. Завдання проекту – підвищити професійний рівень соціальної реклами в Україні, підключивши до її створення кращі з провідних рекламних агентств. Соціальна реклама в

Україні ефективно допомагає вирішувати соціальні проблеми суспільства, у тому числі, вирішувати проблему дискримінації людини [3, 48].

Актуальність даної роботи полягає в тому, що соціальна реклама виступає моделлю поведінки суспільства, а також важливим явищем суспільного життя, сприяє вирішенню суспільних проблем, соціальній підтримці населення, підвищує рівень культури та моральності суспільства. Вона запобігає появі дискримінації прав людини.

Об'єктом дослідження є соціальна реклама - телевізійні ролики - на тему про дискримінацію людини.

Предметом дослідження є шляхи вирішення проблеми дискрімінації прав людини у соціальній рекламі.

Мета дослідження є визначення особливостей дискримінації прав людини та знайти шляхи вирішення за допомоги соціальної реклами.

Завдання дослідження:

- проаналізувати літературу за темою дослідження
- сформулювати та розробити практичні рекомендації для створення ефективної та дієвої соціальної реклами у боротьбі з дискримінацією прав людини.

Розглянемо проблему дискримінації прав людини на прикладі соціальної реклами під назвою "Не піддавай дискримінації інших". У рекламі показано, що кожен повинен мати свої права, без відмінності статі, раси, мови, релігії. Ніхто не має права кривдити людину, а особливо дитину.

Щоб розглянути більше прикладів дискримінації прав людини, звернемося до ще однієї соціальної реклами , яка має назву "Країна без расизму і ксенофобії". Реклама зачіпає проблему дискримінації за національною ознакою не тільки України, але і багатьох країн Європи . У відео яскраво виражені прояви націоналізму та ксенофобії на побутовому рівні, такі як відмова в прийомі на роботу за національністю , бажання здавати квартиру «тільки слов'янам» і багато інших.

Так само цей приклад вчить слухати голос тільки свого розуму, бути обережним та розсудливим. Ніколи не йдіть на поводу у своєї упередженості, так як стереотипи і забобони часто тільки шкодять людині. Основна мета цієї реклами - привернути увагу соціуму на прояв націоналізму в нашому суспільстві. Слід замислитися, що принижуючи гідності людей іншої національності , у першу чергу, ми втрачаємо повагу до самого себе.

Розглянемо ще один приклад соціальної реклами – "Зовнішність не головне".

У ній показано, як зовнішність впливає на вибір іншої людини, всього лише за якихось затверджених стандартів. Адже кожна людина цікава і гарна по-своєму. Головною метою є дати зрозуміти суспільству, що всі рівні , не дивлячись на якісь зовнішні особливості або недоліки. Почни з самого себе. Навчися оцінювати свої якості , а потім вже говори про інших. Красивий не той хто привабливий зовні , а той у кого добре серце.

Всі ці приклади яскраво розкривають проблему дискримінації прав людини в нашій країні, а найголовніше вчать суспільство не повторювати помилок , які були показані.

За допомоги якісної соціальної реклами можливо донести до суспільства шляхи вирішення проблеми дискримінації прав людини.

Література

1. Проблема дискримінації та нерівності в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://khpg.org/index.php (дата звернення: 25.11.2017)
2. Проблеми та перспективи соціальної реклами в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://golota.kiev.ua/netgorod/konfer/definitia.htm/ (дата звернення: 25.11.2017)
3. Андрусенко А. Соціальна реклама в Україні: здобутки та перспективи / А. Андрусенко // Маркетинг в Україні. – 2006. – №1. – С. 4-5 [Електронний ресурс]. - Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdakk/2011_3/23.pdf. (дата звернення: 25.11.2017)

УДК 659.131.2 (043) **Перчак Д.В.**

ЖАНРОВА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕКЛАМИ В ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ИЛЬИЧЕВЕЦ.ГОРОД»)

Реклама в друкованих виданнях різноманітна, єдиного підходу до класифікації її жанрів, на жаль, не існує, хоча здійснювалося багато спроб.

Актуальність дослідження полягає в тому, що є нагальна потреба узагальнити діючи думки відносно жанрів реклами в пресі, визначити які з них найбільш ефективні і найчастіше вживані.

Мета дослідження: виявити, на які жанри поділяється реклама у друкованих виданнях і визначити їх особливості.

Завдання дослідження: опрацювати літературу за темою дослідження; здійснити аналіз друкованої реклами на шпальтах періодичного видання «Ильичевец. Город»; визначити її жанрову палітру.

Об'єкт дослідження: реклама у міському виданні.

Предмет дослідження: жанрові різновиди реклами.

Хронологічні межі дослідження: 2017 р.

Для розкриття цієї теми будемо використовувати такі **методи**: теоретичний; емпіричний; систематизація та узагальнення;контент-аналізу; порівняння.

Реклама у пресі - найпопулярніший вид реклами. Цей вид реклами надає рекламодавцеві великі переваги, завдяки певним жанрам друкованої реклами можна розрекламувати широкий діапазон товарів та послуг, бо газети охоплюють широкий загал читачів. Людина постійно шукає тісний зв'язок із газетними рекламними оголошеннями. У певні дні тижня ми чекаємо рекламу від продовольчих магазинів, у певний проміжок року – рекламу розпродажів і т.п. Багато людей купує газету лише для того, щоб прочитати ті чи інші рекламні оголошення, бо будь – який читач ставить перед собою певну мету – порівняти ринкові пропозиції із своїми можливостями. Крім того, газета допомагає людині не відчувати себе відірваним від інших людей, від світу, від дійсності. Кожен шукає щось актуальне для себе. Завдяки рубрикам, поданим у газеті, читач знаходить саме ту рекламу, яка його цікавить.

Аналізуючи друковані ЗМК, можна виділити наступні типи реклами: реклама у контексті (модулі реклами розміщуються поряд із статями), реклама на сторінках із оголошеннями (шпальта повністю присвячена оголошенням, через це є ймовірність, що модуль аба текстове повідомлення може загубитися) і статті, надруковані на правах реклами [2, с. 17].

Деякі дослідники пропонують інший підхід: поділити жанри реклами на три групи: модульна, рубрична і текстова [1, с. 72]. В рамках модульної реклами пропонується виділити жанр рекламного колажу, який має цілком усталену структуру, а у рубричній рекламі виділяє текстове оголошення і фотооголошення. Група текстової реклами повторює структуру журналістських жанрів. Водночас текстова реклама поділяється на дві групи. У першій групі представлені жанри виключно для реклами і просування продукту. У другій групі представлені жанри журналістики, використовувані в рекламних цілях.

Дослідник Г.Щепилов пропонує класифікацію за місцем розміщення. У газетах він виділяє розміщення: на внутрішніх смугах; на першій і останній смугах; вверху шпальти ("Горище"); внизу смуги ("Підвал"); в розділах видання або спеціальних додатках ("Корисне сусідство"); у вигляді рекламного проспекту[1, с. 74]. Він вважає, що жанри постійно взаємодіють між собою, через це зявляються нові варіації вже відомих жанрів.

В результаті аналізу класифікацій можна зробити висновок, що на сьогоднішній день найрозповсюдженішими видами реклами в пресі є рядкові оголошення та графічні блоки. Сучасність даних видів полягає в тому, що рядкове оголошення невелике за змістом (не перевищує 100 друкованих знаків) і тому, легше сприймається, а графічний рекламний блок приваблює читача не лише текстовим повідомленням, а і графічним об’єктом – фотографією.

Література:

1. Щепилов К. В. Основы рекламы : учебник для бакалавров / К. В. Щепилов, Г. Г.

Щепилова. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 521 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-2477-0.
2. Чабанюк Т. А. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 62 с.
3. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент. [текст] : підручн. / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 392 с.

УДК 659.11 **Горбатюк Л. О.**

ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ РЕКЛАМИ ТОВАРУ НА РИНКУ

Позиціонування товару виявляє собою запоруку його конкурентоспроможного становища на ринку, яке знайшло пріоритет в ієрархії цінностей у свідомості потенційних покупців.

Позиція продукту представляє собою думку споживачів за найкращими і найважливішими характеристиками (споживчими властивостями) і параметрам рейтингу та конкурентоспроможності по відношенню до товару суперника. Позиція товару, як правило, визначається на основі кількісно вимірюваних параметрів, тобто попитом на продукт.

Трьома основними засобами стимулювання масового споживача є реклама, стимулювання збуту і зв'язки з громадськістю. За умов насичення ринку товарами та послугами з метою виділитися серед конкурентів та зайняти гідне місце у свідомості не тільки споживачів, а й усіх учасників ринку компанії спрямовують свої зусилля на диференціювання пропозицій, на основі чого здійснюють позиціонування своєї продукції.

Незважаючи на зростаючий інтерес до проблеми позиціонування з боку теоретиків та практиків з реклами та PR, ще й досі залишаються не систематизованими основні підходи до вибору та реалізації стратегій позиціонування, відсутній єдиний підхід до їхньої класифікації та взаємодоповнення. Позиціонування продукту є одним з найважливіших етапів розробки рекламної стратегії компанії.

Позиціонування спрямовано на завоювання певної ніші в сприйнятті споживачів. Іншими словами, позиція товару повинна не змішуватися в сприйнятті споживача з конкурентними пропозиціями, а займати своє відособлене місце, відмінне від конкурентів[1,с.199].

Стратегічна позиція повинна бути значимою для покупців, відрізняти фірму від її конкурентів, відображати стратегію бізнесу в цілому і підтримуватися нею [2, с.341].

Для того, щоб спростити процес ухвалення рішення на покупку товару, споживачі часто розподіляють різноманітні продукти та послуги по цілому ряду категорій - "Позиціонують" в своїй свідомості ті чи інші товари, послуги або компанії. Покупець здатний запам'ятати не більше семи торгових марок у кожній товарній групі, найчастіше запам'ятовується три-чотири марки [3]. Позиція, відведена якого-небудь продукту, уявляє собою важкий набір сприйнять, вражень і відчуттів, що відтворюются у споживача при порівнянні даного продукту з товарами конкурентів. Так або інакше, за допомогою або без допомоги маркетологів та рекламістів, споживачі здійснюють у своїй свідомості позиціонування товарів. Але ті, хто не бажає залишати процес позиціонування своїх товарів на волю випадку, повинні планувати і розробляти маркетингові програми з метою заняття саме тих позицій, які забезпечили б їх товарам найбільшу перевагу та цінність.

Об'єктом дослідження виступає компанія «Nike»

Предмет дослідження – особливості ефективних стратегій позиціонування товару на ринку.

Метою дослідження є виявити специфіку позиціювання продукту на ринку за допомогою ефективних стратегій. Для реалізації мети необхідно виконати наступні завдання:
- визначити сутність позиціювання товарів;
- охарактеризувати ефективні стратегії позиціонування товарів;
- дослідити особливості використання ефективних стратегій на прикладі кампанії Nike.

Таким чином, використання ефективних стратегій позиціонування за допомогою рекламних рекламних засобів, створення дієвого іміджу, інтернет-комункацій допомагає збільшити конкурентоспроможність та споживацьку аудиторію.

Література

1. Старов С.А. Позиціонування як ключовий етап будівництва бренду / С.А. Старов // Бренд-менеджмент. - 2009. - № 4. - С. 199.
2. Аакер Д.А. Стратегічне ринкове управленія.7-е изд. / Д.А. Аакер. - СПб.: Видавництво "Пітер", 2007. - 341 с.
3. Стратегії позиціонування у теорії маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_1_13_20.pdf/ (дата звернення: 12.11.2017).

УДК 059.117:364.2

Аджавенко К. М.

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА НА ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТА МІСЦЕВИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ

Існує дуже багато різних видів реклами. Раніше в історії були такі етапи, коли цей термін асоціювався тільки з рекламою торгівлі. Її призначення складалося з прямих продажів деяких товарів, а іноді послуг. Разом з комерційною, розвивається і соціальна реклама, на яку сьогодні йде великий попит..

Соціальна реклама – вид комунікації, спрямований на звернення уваги до життєвих та актуальних проблем громадськості та до його моральних цінностей. Перед соціальною рекламою стає завдання – націленість на зміну моделей поведінки в суспільстві та світі. Така реклама повинна впливати на людину і робити її життя кращим [1].

Саме соціальна реклама спроможна доводити до свідомості і уваги людей значущі факти, події, відомості про існуючі в суспільстві проблеми. Така інформація здатна змінювати світ за допомогою ЗМІ, потрапляти до усіх і до кожного. Тобто така реклама має широку спроможність, а результати цієї діяльності можуть бути благотворними для всього суспільства. У зв’язку з цим цікавість до соціальної реклами досить велика, можна сказати, вона зростає щодня. Для кожної людини вона стає, свого роду, світом ідей, оскільки показує повсякденні ситуації соціальної взаємодії. Можна розглядати як діє реклама на мислення та вчинки людей і робити власні висновки, щодо її актуальності та ефективності [2].

Актуальність даної роботи полягає в тому, що у нашому суспільстві виникають різні проблеми і саме соціальна реклама допомагає в вирішенні цих проблем. Соціальна реклама може змінити суспільну думку і зробити її позитивною. В цій роботи ми розглянемо як соціальна реклама може діяти і бути своєрідним інструментом впливу на глядача.

Об’єкт дослідження – всеукраїнські та місцеві канали Інтер, 1+1, ТРК Україна, СТБ, МТБ, СИГМА, ТВ7.

Предмет дослідження – реклама соціального спрямування.

Мета дослідження – дослідити особливості соціальної реклами на українських національних та місцевих телеканалах.

Завдання дослідження:

- дослідити та проаналізувати тематику та специфіку створення соціальної реклами;
- опрацювати літературу за обраною темою;
- проаналізувати тематику та особливості створення телевізійної соціальної реклами.

Новизна: новизна роботи полягає у тому, що розглядається соціальна реклама саме на місцевих каналах в порівнянні з національними.

Методи дослідження: для розкриття цієї теми необхідно використовувати наступні методи:

- бібліографічний – відбір інформації за критеріями щодо заданої теми;
- теоретичний – для виділення та аналізу можливих проблем, що в більшій мірі допоможе у вивченні соціальної реклами та переходу до емпіричного рівня.

Таким чином, розвиток соціальної реклами на місцевих та всеукраїнських каналах йде вгору. Розроблення нових стратегій для поліпшення реклами саме такого напряму, привертає увагу глядачів та споживачів. Загалом реклама може впливати на суспільство, але соціальна реклама здатна привертати увагу широкої аудиторії дуже різними способами.

Література

1. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: Теория и практика / Николайшвили Г. Г. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
2. Пархоменко С. Соціальна реклама в Україні як культурний феномен. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2011_3/23.pdf. (дата доступу 22.10.2017).

УДК 659.11:070

Башко С.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЙ ДЛЯ ЗМК

Будь – який вид діяльності у жодному разі може бути ефективним без проведення ефективної рекламної діяльності. Розробка і реалізація стратегії просування, виробництво і розміщення реклами, проведення маркетингових та соціологічних досліджень є видом діяльності сучасних телевізійних каналів. Проте вони теж потребують певної популяризації, особливо у умовах жорсткої конкуренції на ринку рекламних послуг.

Телебачення на сьогоднішній день стає одним з найважливіших засобів масової інформації, основним головним завданням якого є виробництво аудіовізуальних програм. Проте тільки на цьому діяльність сучасного телебачення не обмежується. Проведення рекламної кампанії є важливим кроком для створення позитивного іміджу сучасного телеканалу.

Створення сприятливого іміджу – одна з ключових ланок у діяльності сучасного телеканалу з метою просуванню своїх послуг серед різноманітних сучасних засобів масової комунікації. Одним із важливих аспектів загального сприйняття й оцінки телеканалу є враження, яке він справляє, тобто її імідж (образ). Незалежно від бажань як самого телеканалу, так і фахівців зі зв’язків з громадськістю, імідж – об'єктивний фактор, що грає істотну роль в оцінці будь-якого соціального явища або процесу.

Телеканал СТБ позиціонує себе як незалежний від влади і одночасно комерційних український телеканал. Телеканал СТБ веде свою трансляцію у всіх обласних центрах і містах з населенням більше ніж 50 000 осіб. Покриття каналу майже 100% всієї території України. Це єдиний телеканал який з року в рік збільшує свою аудиторію.

Проаналізувавши ситуацію на ринку продажу телевізійної реклами, телеканал СТБ вибрав в якості партнера найбільш ефективно працює рекламне агентство «Інтерреклама»». Проте, право продажу спонсорських пакетів та регіональної реклами залишається за телеканалом. Саме тому актуальним стає дослідження особливостей та основних етапів проведення рекламної кампанії на телеканалі «СТБ».

Питання особливості проведення рекламних компаній для засобів масової комунікації є відносно новою для вітчизняного наукового дискурсу. ЇЇ дослідженням займались наступні дослідники та науковці: Е. Бернейз, Г. Берсон, С. Блек, Г. Брум, С. Катліп, Ф. Кітчен, Ф. Котлер, А. Сентер, Ш. Харрісон.Висвітленню різних теоретичних і практичних аспектів паблікрилейшнз присвячені роботи вітчизняних фахівців С. Демченка, В. Іванова, В. Королька, В. Мойсеєва, Б. Потятиника, Г. Почепцова, В. Різуна, К. Серажим, Ю. Фінклера, О. Холода.

Об'єктом дослідження виступає телеканал «СТБ» як сучасний засіб масової комунікації.

Предметом дослідження є особливості проведення рекламної компаній для засобів масової комунікації.

Метою дослідження є визначити особливості рекламної кампанії на сучасному телеканалі «СТБ».

Завдання дослідження:

– визначити сутність рекламної кампанії як сучасного засобу масової комунікації;
– окреслити етапи проведення рекламної кампанії на сучасному українському телебаченні;
– проаналізувати вибір рекламних засобів в рекламній кампанії телеканалу «СТБ»;
– провести контент-аналіз основних етапів проведення рекламної кампанії на телеканалі «СТБ».

Методи дослідження: для розкриття цієї теми необхідно використовувати наступні методи:

–бібліографічний – для якісного відбору інформації за потрібними критеріями;

–теоретичний – для виділення та аналізу окремих сторін проблеми, що допоможе глибше проникнути в сутність досліджуваного явища;

–емпіричний – для спостереження, порівняння та експериментів, що допоможуть пізнати практичну сторону дослідження;

–контент – аналіз – для виявлення чи виміру різних фактів і тенденцій, що стосуються дослідження.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі теоретичних та практичних засад використання рекламної кампанії на сучасному українському телебаченні з метою створення позитивного іміджу та ділової репутації телеканалу. Вперше робиться спроба обґрунтувати та розкрити особливості проведення рекламної кампанії на телеканалі «СТБ».

Теоретична значимість дослідження полягає в тому, що завдяки аналізу використання рекламної кампанії на сучасному українському стає можливим: підвищення результативності комерційного напрямку розвитку телеканалу та створення його позитивного ділового іміджу.

Практичне значення дослідження Сформульовані в дослідженні положення й висновки можуть бути використані під час розробки підручників та посібників з рекламної діяльності, у практиці навчання на лекційних і практичних заняттях з журналістського фаху у вищих навчальних закладах.

Література

1. Ворошилов В. В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – СПб: Изд–во Михайлова В. А, 2001. – 446 с.
2. Данайканич О.В. Реклама в системі маркетингових комунікацій підприємства / О.В. Данайканич // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2010. – Вип. 31. –С. 158 -65.
3. Животко А.П. Історія української преси / А. П. Животко. – Київ : Мюнхен, 1998. –368 с.
4. Корконосенко С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект–Пресс, 2006. – 318 с.
5. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації. / З.В. Партико. – Л. : Афіша, 2008. – 290 с.
6. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі «журналістика та інформація» / В.В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
7. 7. Різун В. В. Основи журналістики у відповідях та заувагах / В.В.Різун– Київ. нац. Ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004. – 80 с.
8. 8. Шарков Ф. І. Основы теории коммуникации [Електронний ресурс] / Ф. І. Шарков. – Режим доступу: http://iub.at.Ua/ld/0/61.pdf (Дата звернення: 18.10.2017)

УДК 659.148:654.197(043)

Даниленко Я.Р.

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ СКЛАДОВОЇ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ (НА ПРИКЛАДІ «СТУДІЯ» 1+1»»)

Реклама це маркетинговий хід, який відноситься до всіх сфер торгівлі Придуманий для просування продукту, з метою залучення суспільства, такими методами як, телевізійна реклама, реклама на радіо(сприйняття звуку), інтернет-реклама, зовнішня - білборди, реклама на транспорті.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що реклама є невід'ємною частиною життя будь-якої людини, у свою чергу телевізійна реклама формує загальну думку про продукт.

Мета дослідження – зрозуміти , яка є реклама на телебаченні та як вона впливає на споживача. Виходячи з цього його **завдання є:** проаналізувати літературу за темою дослідження; сформулювати та розробити практичні рекомендації з приводу телевізійної реклами та її впливу на аудиторію.

Об'єктом дослідження є телевізійна реклама різного виду, **предметом є:** особливості реклами на телебаченні.

У наш час реклама має велику популярність у світі. За допомогою неї кожна людина може дізнатися про якісь продукти не задаючи собі зайвих питань. Кожен продукт має свій маркетинговий хід у сфері реклами.

Реклама має великий хід важливих функцій. Наприклад: будова іміджу рекламного продукту; переконання суспільства, при покупці даного продукту; нагадування про даному товарі.

Реклама по телебаченню – наймасовіший, але й найдорожчий засіб рекламування, використовується для передачі рекламних повідомлень і демонстрації рекламних фільмів.

Реклама має свої види, залежно від того, яким способом рекламодавець вирішив прорекламувати товар. Реклама ділитися на такі види:

1. Комерційна. Це та реклама, яка навколо нас. Яка доводить суспільство до придбання чого-небудь. Наприклад, коли роздають листівку, ми бачимо магазин який проводить знижки, тесть це вже психічний навіювання на людину, зайти в цей магазин, з тією думкою, що там знижки.

2. Соціальна. Дана реклама спрямована, з метою яких-небудь суспільних цілей на благодійність.

3. Політична. Це той самий вид реклами, в якому не змушують людину щось купити, а реклама, яка закликом для суспільства. Великою популярністю реклама користується на телебачення, де використовуються всі методи сприйняття людини [1].

Рекламний ролик – це маленька історія, в якій головний герой – товар або продукт. У хороших рекламних роликах в упаковці не губиться товар, а декорації не витискають героя. Після його перегляду споживач повинен пам'ятати у крайньому разі хоча б про те, який саме товар йому пропонували, а не про те, якого розміру капелюх був на героїні.

Лео Бернетт казав, шо реклама — це здатність відчувати і передавати саме серцебиття бізнесу в словах, папері і чорнилі. Я один з тих, хто вірить в те, що одна з найбільших небезпек реклами не в тому, що вона обманює людей, а в тому що від неї можна померти з нудьги.

Розглянемо особливості телевізійної реклами на прикладах реклами одного з телеканалів нашої країни, а саме телеканала "1+1". На каналі можливо побачити різноманітні види реклам. Однією з таких є реклама противірусного засобу «Назоферон».

Канал піднімає великі рейтинги та високу популярність у даній сфері. Реклама на «1+1» ознака успіху і гідної якості, високого професіоналізму, який порадує будь-якого глядача своїм продуктом.

Висока конкурентність, яка хоче отримати своє рекламне місце на каналі. Вартість 1-го виходу за 30секунд становить в будні 24 000 грн. Вартість реклами на телеканалі може змінюватися при виході в період трансляції топових програм [2] .

У даному прикладі показано як реклама впливає на споживачів. Всього лише за кілька хвилин людині вселили, що цей препарат найкращий, так як його можна використовувати і дітям і вагітним жінкам і дорослим людям.

Ще одним прикладом реклами цього каналу э реклама майонеза від торгової марки щедро. Творці реклами так само використовували дитину в головній ролі, так як до дітей більше довіри і зрозуміло , що більше довіри виявиться у споживача. У даному прикладі показано, що цей продукт найкращий, тільки з натурального продукту, що і могло вплинути на вибір звичайного покупця.

Отже, так, реклама повинна буди якісною, але вона ще повинна залишати вибір покупцеві. Телебачення є основним джерелом інформації для більшої частини населення, тому ефективно використовується в маркетингу. Головною її перевагою вважається охоплення великої аудиторії. Телереклама має потужний вплив на всіх, хто її дивиться , для цього кожен повинен вміти правильно аналізувати інформацію , яка надходить.

Література

1. Виды рекламы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://adindustry.ru/doc/1123 (18.12.2017)
2. Канал «Студия» «1+1»» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://1plus1.ua/ru (17.12.2017)

УДК [659:654.16](477)(043) **Крилова А. М.**

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ СКЛАДОВОЇ НА РАДІО (НА ПРИКЛАДІ "АВТОРАДІО")

На сьогоднішній день, не дивлячись на розвиток сучасних технологій, радіо не перестає бути актуальним та модним для аудиторії. Воно актуальне та зручне тим, що його можна слухати як по радіоприймачам, так і за допомогою мобільних телефонів.

Радіореклама відрізняється від інших реклам, своєю стабільністю, тобто це охоплення стабільною цільової аудиторії. Дослідження доводять, що люди добре запам'ятовують програми 2-3 радіостанцій. Це дає можливість рекламодавцям звернутися до своїх потенційних клієнтів. Більш популярними видами радіореклами є: оголошення, ігрові ролики, репортажі, аудіо ролик [1, с. 38].

Актуальність дослідження. Реклама на радіо, на даній стадії розвитку є незамінною частиною повсякденного життя. Тому що, вона в багатьох випадках, переважає усі засоби масової інформації за своїм охопленням населення. Також, велика перевага радіо полягає у гнучкості і своїй географічності, воно швидко і оперативно реагує на зміни у світі. Саме це дозволяє швидко впливати на аудиторію і складати її враження про товар або пропозиції.

Мета дослідження. Проаналізувати рекламу на радіо у порівнянні з іншими видами розповсюдження реклами та визначити її переваги та недоліки.

Завдання дослідження. Вивчити специфіку радіореклами, її завдання та основне положення, а також основні фактори впливу даної реклами на аудиторію і розглянути особливості рекламної складової на " Авторадіо. Україна".

Об'єкт дослідження – особливості реклами на радіо.

Предмет дослідження – реклама на "Авторадіо".

Теоретична значимість: після закінчення дослідження, студент та дослідники матимуть можливість використовувати проаналізовану інформацію у своїх цілях.

Практична значимість: результати досліджень, студент може використати подалі у своїх наукових працях, під час підготовки до семінарських, практичних або самостійних робіт. Також, при створенні рекламної продукції.

Результати дослідження вказують на те, що радіо реклама є у даний період часу найгнучкішою та привабливішою з усіх інших реклам для аудиторії та рекламодавців. Радіо доступно завжди і всюди, тим самим радіореклама - це сильний засіб для мотивації споживача до дії. Реклама на радіо дешевша, але варто зазначити, що охоплення її аудиторії значно вище, тому що, при передачі реклами по телевізору, аудиторія частіше всього переключається на інший канал, коли на радіо правильно складена реклама не дратує слухачів, і вони перемикати її не поспішають. Дослідження доводять, що люди краще сприймають інформацію, яку чують, ніж ту, що бачать, саме цей фактор, називається ефектом впливу.

Якщо говорити про розміщення реклами на радіо - це один з дуже вигідних етапів рекламної кампанії будь-якого виду бізнесу. В залежності від того, на яку аудиторію розрахована, замовляти рекламу на радіо можна або на молодіжних каналах, або на тих, які

більше слухають люди у віці або похилі, можна використовувати канали, які переважають автолюбителі або домогосподарки.

Реклама на "Авторадіо" - це реклама, яка більшою мірою пов'язана з інформацією для автомобілістів. Авторадіо має постійну, привабливу для більшості рекламодавців аудиторію, при цьому популярність радіостанції безперервно зростає і аудиторія з року в рік має стійку тенденцію до зростання. Через те, що воно розраховано на автомобілісті рекламодавцям дуже вигідно пропонувати аудиторії свої товари або пропозиції.

Отже, дослідження вказує на такі особливості реклами: вона має високу спрямованість на цільову аудиторію, також потужний засіб для мотивації споживача до дії, оперативність і високу лояльністю. Реклама на радіо впливає практично миттєво, так, як люди реагують більш уважно на те, що чують. Радіо є завжди і всюди, саме цей фактор має велику перевагу над іншими видами реклами.

Література

1. Песоцький Є. Сучасна реклама. Теорія і практика / Є. Песоцький. – Ростов-на-Дону : вид-во "Фенікс", 2001. – 315 с.

УДК 659.13/.16(043) **Буравцов М. М.**

ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ

Реклама є дуже потужним інструментом для громадської думки. Мета реклами – збільшити продаж виробника товару та посилити лояльність споживачів по відношенню до продукту. Функціями рекламних технологій - є приріст прибутку продукції за певну одиницю часу [1, с. 19]. Реклама переслідує задоволення потреби покупця в товарах і послугах. Є такі види рекламних повідомлень як: інформаційне, нагадуюча, іміджева. Так само можна відзначити соціальну рекламу (заощадження навколишнього середовища, здоров'ю). Інформаційна реклама дає зрозуміти споживачу інформацію про продукцію, про якість і здібностях або отримання додаткової інформації. Нагадуюча реклама створює ефект впізнаваності товару або продукції. Така реклама зазвичай використовується, коли йде спад продажів. Іміджева реклама потрібна для підтримання образу фірми [2, с. 122].

Розглянемо рекламу на прикладі Apple, яка за рік витратила на рекламу 1 млрд. доларів, а її головний конкурент Samsung - в 12 разів більше. Реклами iPhone 5 і iPad mini в її звичному розумінні майже немає. Рекламу Apple розміщують партнери, які ці гаджети продають. Виходить, що слоган Think Different є ефективним. Викликає інтерес споживацької аудиторії до продукту через серію фотографій в інтернеті, ролики1 з інженерами, які розповідали про цей продукт [3, с. 19]. Зіграв інтерес до творця компанії С.Джобса, образ якого підтримує імідж всієї кампанії.

Пріоритетними компаніями в сфері реклами є: 51 паралель, GlobalRise, PUSH-K Solutions. Карін. Apple вважала за краще не робити великих фінансових витрат на рекламу, а вкласти в якість продукції.

Актуальність дослідження. Використання рекламних технологій впливає на поширення продукту та високу конкурентоздатність. На сьогодні популярністю користується реклама в інтернеті (розміщення банерів, текстових блоків та міні-сайтів, на тематичних серверах, пошукових системах і каталогах; створення текстової та банерної реклами в спеціалізованих списках розсилки; рекламування web-ресурса на провідних новинних сайтах, адресна розсилка споживачам прес-релізів; оптимізація сайту для роботів пошукових систем; розсилка реклами з інформацією про переваги продукту по електронній пошті; рейтинги), зокрема на спеціалізованих сайтах та соціальних мережах.

Метою дослідження є визначити особливості використання рекламних технологій для просування продукту з метою ефективного поширення. Для реалізації мети необхідно вирішити наступні завдання дослідження:

1. Опрацювати літературу за темою дослідження;

2. Проаналізувати ефективні рекламні технології для просування продукту;

3. Провести моніторинг проведення ефективного просування продукту на прикладі компанії Apple.

Об'єктом дослідження рекламні технології для просування Apple за 2017 р. В свою чергу, предметом дослідження є специфіка використання рекламних технологій для просування продукту.

Методи дослідження: бібліографічний (для вивчення літератури за темою дослідження), теоретичний (систематизація досліджень зарубіжних та вітчизняних науковців), моніторинг (для аналізу ефективності рекламних технологій компанії Apple за 2017 р.).

У перспективі результати дослідження можуть бути корисними для викладачів та студентів при підготовці до семінарських занять з рекламних технологій просування продукту.

Література

1. Соловйов С. Г. Реклама в галузі науки и техніки (за матеріалами періодичної преси): автореферат / С.Г. Соловйов. - К.: [б. в.], 2008. - 20 с.
2. Уеллс У. Реклама: принципи і практика: підручник / В. Уеллс, Дж. Бернет, С. Моріаті. - 3-е изд., Испр.и доп. - СПб. : Пітер, 2001. - 800 с.
3. Имшинецкая И. Креатив в рекламе / И. Имшинецкая. - М. : РИП-холдинг, 2004. - 174 с.

УДК 659.13:004.738.5 (043) **Устименко А. О.**

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ СКЛАДОВОЇ ІНТЕРНЕТ ПОРТАЛУ (НА ПРИКЛАДІ САЙТУ 0629)

Сьогодні значний вплив в інтернеті на рекламну діяльність роблять інформаційні ресурси. Це один з найважливіших елементів просування і створення будь-якого товару.

Актуальність дослідження. Сьогодні ця тема надзвичайно актуальна. Адже сьогодні реклама представляє один з найбільш важливих ресурсів у світі. Інформаційні ресурси в інтернеті, на усіх етапах створення і просування товару, відіграють важливу роль у маркетингової і рекламної діяльності. Засоби отримання інформації, середовище її поширення, вивчення впливу інформації на споживача є основними елементами, які визначають маркетингові комунікації. Поза сумнівом, інформаційні технології мають велике значення в облаштуванні сучасного суспільства. Із зростанням ролі інформації росте роль технологій, за допомогою яких ведеться її передача і обробка.

Завдання дослідження: дати характеристику «рекламі», вивчити особливості поширення реклами в інтернеті, види реклами в інтернеті, проаналізувати вплив реклами на прикладі матеріалів сайту 0629.

Об'єкт дослідження – жанрове та видове розмаїття реклами на сайті 0629.

Предмет дослідження – аналіз використання реклами в мережі інтернет та особливо на сайті 0629.

Хронологічні межі дослідження. 2017 рік

Для розкриття цієї теми ми використаємо такі **методи** : бібліографічний, теоретичний, емпіричний, контент-аналіз.

Маркетингові комунікації визначають елементи впливу отримання і вивчення інформації на споживача. Також визначають засоби, методи і середовище поширення інформації. Останнім часом роль інформації в стратегічному плануванні виросла. Розвиток і використання комп'ютерних мереж в якості середовища просування товарів і послуг переросла в окремий напрям "інтернет-реклама" [1, с. 52].

Звичайно, в облаштуванні сучасного суспільства, інформаційні технології мають велике значення. З розвитком ролі інформації (виділяють також її, як четвертий чинник виробництва) роль технологій росте, за допомогою яких ведеться обробка і передача інформації. У цьому плані, найбільш ефективні комп'ютерні системи і Інтернет. На сьогодні , Інтернет дозволяє передавати будь-яку інформацію.

Починаючи із звичайних символів, звуків і закінчуючи відео або грошима. Поєднання традиційних рекламних технологій з інформаційними технологіями глобальних мереж дозволяє подивитися на основні функції реклами і її місце в системі просування товарів і послуг, по-новому [2, с.23].

Інтернет являє собою новий вид поширення реклами масової інформації. Просте перенесення технологій і принципів створення реклами в новому середовищі опиняється малоефективним. Розвиток концепції інформаційного маркетингу вимагає акценту на інформативність реклами як джерела отримання бізнес-інформації. Освоєння інформаційного маркетингу вимагає знайомства з можливостями і методами поширення і отримання інформації в Інтернеті, технологіями створення власних інформаційних ресурсів, організаціями, які роблять інформаційні послуги, а також із засобами і методами мережевої реклами [3, с.35].

Види реклами в Інтернеті в першу чергу орієнтовані на те, щоб отримати максимальну ефективність при мінімумі витрат, тобто спрямовані на цілеспрямований підхід до роботи із споживачами.

Проаналізував сайт 0629, ми побачили численні варіанти подання реклами :

контекстна реклама, банерна реклама, банерна реклама у мобільному застосуванні, реклама в соціальних мережах міста, нативна реклама, рекламні статті.

Серед очевидних переваг веб-просування можна відмітити зниження витрат на організацію рекламних кампаній і необмежені можливості для завоювання довіри споживачів. Веб-сайт 0629 дозволяє реалізовувати ідеї, які не завжди здійснені у рамках традиційних рекламних форматів, але цей сайт забезпечує швидке і ефективне поширення інформації.

Література

1. Гринфельд М. Реклама b Public Relations в мережі Internet. / М. Гринфельд, Г. Кенінгфест // Yes! – 2006. – №4. – 52-64 с.
2. Акопов А. І. Типологічні ознаки мережевих видань / А. І. Акопов // Акценти. – 1999. – № 1. – 22-27 с.
3. Шляхтін С. Реклама в Інтернеті - реальність і прогнози / С. Шяхтін. // Світ комп'ютерів. 2005. № 3. – 35-50 с.

СЕКЦІЯ
PUBLIC RELATION (ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ)

УДК 331.104:004(043)

Ерьоменко М. С.

ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВНУТРІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ ПРИВАТНОГО МЕДИЧНОГО ЦЕНТРУ В ІНТЕРНЕТІ

Медичні послуги сьогодні можна розділити на ті, що надаються державними медичними установами та приватними медичними закладами. Серед приватних клінік та лабораторій міста Маріуполя суттєво виділяється медичний центр «Код здоровья», який був одним з перших в місті та сьогодні нараховує декілька філій по всьому місту та в навколишніх районах [1].

Актуальність. Важлива складова функціонування будь-якого підприємства, фірми, компанії – це гармонія всередині колективу. Задоволення умовами праці, позитивний клімат в колективі робить діяльність кожного більш продуктивною. І це добре відображається на якості товарів та послуг, які компанія надає. Тому внутрішньокорпоративні зв’яз ки з громадськістю є важливою складовою ПР-діяльності компанії загалом. А ця діяльність в Інтернеті є на сьогодні актуальним напрямком, оскільки мережа Інтернет є невід’ємною складовою сучасного життя. Оскільки медичний центр «Код здоровья» має розгалужену мережу клінік та лабораторій, дуже важливо об’єднати персонал за допомогою корпоративних комунікацій. А створити єдину

систему інформування та оповіщення за допомогою можливостей Інтернету є найпростішим способом на сьогодні.

Мета даної роботи – розробка корпоративного блогу та пабліків в соціальних мережах для медичного центру «Код здоровья» як ключових елементів здійснення корпоративних зв'язків з громадськістю в Інтернеті.

Для реалізації поставленої мети, потрібно вирішити наступні **завдання**:

- здійснити збір та узагальнення теоретичних аспектів функціонування внутрішніх корпоративних зв'язків з громадськістю;
- дослідити особливості реалізації корпоративних паблік рілейшнз в мережі Інтернет;
- проаналізувати стан зв'язків з громадськістю медичного центру «Код здоровья»;
- розробити корпоративний блог медичного центру для співробітників;
- налагодити корпоративні зв'язки з громадськістю в соціальних мережах.

Предмет дослідження – внутрішні корпоративні зв'язки з громадськістю, з окрема в мережі Інтернет.

Об'єкт дослідження – медичний центр «Код здоровья».

Джерельну базу дослідження складають праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, які можна розділити за двома групами. До першої групи відносяться роботи, які присвячені вивченню корпоративних комунікацій. Це праці Е. Альохіна, М. Армстронга, Е. Капітонова, С. Катліпа, Л. Мінаєвої, Ш. Харрісона та інших. Інша група – це дослідження Інтернету та його можливостей для реалізації комунікації Д. Філліпса, Ф. Гурова та інших.

Новизна роботи полягає в тому, що вперше розроблено корпоративний блог та пабліки в соціальних мережах для медичного центру «Код здоровья», що функціонує в місті Маріуполі.

Методи, які використані в ході дослідження:

- теоретичний – полягає в аналізі наукової літератури, яка допомогла систематизувати знання стосовно внутрішніх корпоративних зв'язків з громадськістю, зокрема, в Інтернеті;
- аналітичний – використаний для аналізу ПР-діяльності медичного центру «Код здоровья»;
- емпіричний метод, який дав змогу створити модель корпоративного блогу та пабліків в соціальних мережах для медичного центру «Код здоровья».

Теоретична значущість роботи полягає в узагальненні, систематизації теоретичних аспектів корпоративних зв'язків з громадськістю. Тому робота може служити джерелом інформації за даною тематикою.

Практичні значущість роботи – це можливість практичного впровадження результатів у вигляді корпоративного блогу та пабліків соціальних мереж у діяльність медичних закладів, що мають розгалужену структуру.

Головні завдання, які покликані виконувати внутрішні комунікації – це підтримка корпоративної культури, цілісне візуальне сприйняття компанії через її фірмовий стиль, створити вертикальні та горизонтальні канали комунікації для оперативного інформування [2, с. 35].

Таким чином, за допомогою Інтернет-ресурсів соціального характеру є можливість вдало налагодити комунікацію між всіма співробітниками та підрозділами медичного центру

Література

1. Офіційний сайт медичного центру «Код здоровья» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kod-zdorovia.com.ua (дата доступу: 27.11.2017)
2. Минаева Л. В. Внутрикорпоративные связи с общественностью / Л. В. Минаева. – М. : АСПЕКТ ПРЕСС, 2010. – 287 с.

УДК 659.127.4: 004.77 (043) **Хорош М. В.**

ВИКОРИСТАННЯ «INSTAGRAM» В ПРОСУВАННІ НОВОГО БРЕНДУ (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «M-MARKET»)

У сучасному світі соціальні мережі є одним з найбільш ефективних інструментів для просування товарів та послуг, завдяки яким можна підвищити впізнаваність інтернет-магазину.

Тому актуальність обраної теми зумовлена тим, що саме в соціальній мережі «Instagram» можна створити будь-який бізнес, а також підвищити продажі товарів в інтернет-магазині. Тому що, інтернет-магазин – «це жива вітрина», яка доступна споживачеві 24 години на добу і оновлюється прямо у нього на очах.

Метою дослідження є розробка та просування інтернет-магазину «M-MARKET» у соціальній мережі «Instagram». Відповідно до зазначеної мети виникає необхідність вирішення таких завдань:

Об'єктом дослідження є інтернет-магазин одягу та аксесуарів «M-MARKET» та його акуант в «Instagram».

Предметом дослідженням виступає використання «Instagram» в просуванні нового бренду, на прикладі інтернет-магазину «M-MARKET».

Теоретичною основою є наукові праці вітчизняних та закордонних вчених та інших Ф.Котлера, А. Чумікова, М. Бочарова, а також Д. Халілова, Д.Філіпса та інших.

Наукова новизна у ході роботи розроблений сайт інтернет-магазину «M-MARKET» та акаунт в «Instagram» та розроблена програма просування його серед користувачів до цього моменту це не було предметом дослідження.

Методологія дослідження у процесі дослідження для розв'язання поставлених завдань було застосовано теоретичний аналіз наукової літератури з PR та рекламної діяльності в інтернеті, особливості використання інтернету в системі маркетингу, застосування маркетингу в соціальних мережах та інше. Також уході дослідження були застосовані емпіричні методи, а саме: спостереження, статистика та експеримент, який полягає у створенні власного інтернет-магазину та акаунту в соціальній мережі.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що результати роботи можна подавать у вигляді готового продукту та запускати бізнес, а також результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення й глибшого розуміння створенная бізнес-акаунтів в соціальній мережі «Instagram».

У соціальних мереж є безліч переваг як перед іншими механізмами онлайн-маркетингу пошуковою оптимізацією, контекстною і банерної рекламою, так і перед стандартними рекламними інструментами Телевізійної і зовнішньої рекламою, рекламою BTL, product placement [1, с. 36]. Однією з найпрогресивніших і успішних є «Instagram». Кілька років тому ніхто не припускав, що ця платформа стане дуже популярною. За статистичними даними, в 2015 році глобальна аудиторія «Instagram» перевищила 400 мільйонів користувачів, збільшившись на 100 мільйонів всього за дев'ять місяців. За кілька років існування додатка кількість фотографій, розміщених в «Instagram», перевищило 35 мільярдів. Кожен день користувачі «Instagram» діляться величезним кількістю фотографій і відео [2, с. 48].

Все це дає нам можливість виділити 5 основних переваг «Instagram».

- Допомагає формувати позитивний імідж в мережі. Зареєструвавши акаунт в «Instagram», не тільки підвищить впізнаваність бренду, але також зможете дізнатися, що користувачі думають про якість представлених продуктів. Що їм подобається, що потрібно поліпшити або виключити.
- Завдяки поширенню смартфонів і планшетів, Instagram дає можливість постійно підтримувати контакт з аудиторією. При необхідності можна прорахувати, як часто і в який час користувачі бувають в мережі, коли відкривають нові пости, що відповідає їхнім інтересам. Заохочуючи аудиторію яскравими, цікавими фотографіями, автоматично збільшить запам'ятовування бренду.

– «Instagram» дозволяє легко вносити повідомлення, впливати на думку користувачів і поступово змінювати рекламну кампанію. Особливо корисна така можливість, коли потрібно зробити ребрендинг. Спілкуючись зі своєю аудиторією і поступово додаючи нову інформацію, це допомагає ненав'язливо готувати фанатів до прийдешніх змін.
– Спілкування з передплатниками впливає на їх сприйняття і допомагає створювати вигідний образ компанії. Залежно від тематики підібраних фотографій, у користувачів створиться враження, що цей бренд створений для простих людей і повсякденному житті. А значить, він доступний для кожного, і їм потрібно скористатися, щоб не відстати від моди. Злегка скорегувавши тематику, та створивши образ, відповідний для хіпстера, просунутих любителів гаджетів, або для серйозних, ділових людей.
– «Instagram» — зручний майданчик не тільки для залучення цільової аудиторії у взаємодію з брендом, а й для залучення інвесторів. Цей ресурс використовують представники середнього і малого бізнесу, відображаючи життя своєї компанії в фотографіях. Тому візуальний контакт може виявитися важливим кроком у збільшенні продажів [3].

Після опрацювання теоретичного матеріали ми переходимо до створення інтернет-магазину і бізнес-акунта в «Instagram». Наша магазин має назву «M-MARKET», що розшифровується як модний магазин. Асортимент магазину буде включати жіночі речі, взуття та аксесуари. Логотип буде розроблений в стилі мінімалізму. На сайті буде простий інтерфейс, щоб користувачам було зручно робити замовлення.

Для просування магазину «M-MARKET» в соціальній мережі «Instagram» ми використали такі методи:

– публікація нових товарів;
– анонси розпродажів та знижок;
– фото відгуків клієнтів магазину;
– розміщення статей на модну тематику та інше.

Переходячи до висновків ми бачимо, що соціальна мережа «Instagram» є ідеальною платформою для створення та просування інтернет-магазину.

Література

1. Халілов Д. Маркетинг в соціальних мережах / Д. Халілов. – М. : Манн, Іванов і Фербер, 2013. – 376 с.
2. Броган Х. Агенти впливу в інтернеті. Як використовувати соціальні медіа для просування бізнесу / Х. Броган, С. Джулієн. – СПб. : Питер, 2012. – 304 с.
3. 5 переваг «Instagram» для розвитку свого бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eb-school.ru/2015/01/5-preimushchestv-instagram-dlya-razvitiya-svoego-biznesa.html (дата звернення: 11.11.2017)

УДК 659.126:061.2

Герт О.Ю.

ЛОГОТИП ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Тисячоліттями люди потребували соціальної ідентифікації і бажали її. Основним елементом такої ідентифікації компанії, політичної партії, музичної групи чи особистості є логотип.

Актуальність. Тема дослідження розробки логотипу та фірмового стилю зараз надзвичайно актуальна, адже компанії вдаються до індивідуальності не тільки для розширення свого виробництва чи для позиціонування свого іміджу, а й для відстоювання своїх позицій в умовах жорсткої конкуренції.

Метою дослідження вбачаємо розглянути дизайн логотипу в якості основи фірмового стилю та в якості рушійної сили впливу на свідомість. Результатом дослідження вбачаємо

розробку авторського логотипу. Для реалізації даної мети поставлені наступні **завдання**:

- дослідити літературу за даною темою;
- виявити, за якими основними елементами функціонує фірмовий стиль;
- дослідити стилі, використовувані при створенні логотипу;
- розглянути різні методи класифікації та розробки логотипів;
- проаналізувати розробку логотипів для ВМГО «Фундація Регіональних Ініціатив», ГО «Дивовижні», НГО «U-Report» та Агентств ООН;
- Розробити логотип для благодійного фестивалю «Freedom Fest».

Об'єктом дослідження є Агентства ООН, НГО «U-Report», ВМГО «Фундація Регіональних Ініціатив» та ГО «Дивовижні».

Предметом дослідження виступають логотипи та особливості їх створення.

Для розкриття цієї теми використано наступні **методи**: метод моніторингу (застосовано для проведення оцінки, аналізу та порівняння досліджуваного об'єкта за для виявлення певних тенденцій його розробки), теоретичний (для розкриття основних понять та правил створення фірмового стилю) та емпіричний (використано для спостереження та опису результатів дослідження).

Новизна дослідження полягає в тому, що зараз, в сучасному суспільстві важливо креативно підходити до створення дизайну логотипу організації, адже це є вирішальним інструментом під час просування бренду в умовах жорсткої конкуренції. Саме нонконформіський підхід до досягнення поставленої мети є незмінним фактором успішної рекламної чи піар-комунікації.

В епоху цифрової революції фірмовий стиль та перш за все – розробка логотипу, стають потрібні компаніям для створення індивідуальності і єдності графічних елементів, що ідентифікують організацію серед конкурентів. Наявність фірмового стилю значно підвищує ефективність реклами.

Спеціаліст в області брендингу М. Евамі запропонував таке визначення: «Логотип - це тип дизайну, який компанія, бренд або індивід вибирає, щоб позиціонувати себе в громадськості».

Створення логотипу починається із уявлення основного «посилу» організації, тобто як організація хоче позиціонуватися в свідомості людства. Основним етапом розробки полягає в створенні знаку або символу. Цей етап поєднує в собі низку правил: 1) простота, 2) гармонійність. Остання закладає в підсвідомості споживача образ продукту чи індивідуальний імідж організації за допомогою асоціативного ряду [1, с. 11].

За основу логотипу «Фундації Регіональних Ініціатив» брали полігон з відхиленням в 13 градусів. До цього був квадратний логотип, який «важко зрушити з місця». Полігон, в свою чергу, залишає і багатогранність і можливість обертання. Колір – фіолетовий, який символізує лідерство, промені спрямовані в різні сторони для акцентування здібностей об'єднувати різнобічні групи в загальних зусиллях, а також прагнення до розвитку. Загальна концепція також відповідала модною (полігональної) стилістиці того часу - 2013 рік. Нахил логотипу натякає на рух, зміну поколінь, відсутність «застою» у поглядах фрішників.

«Створюючи лого, ми хотіли щоб воно відображало спільноту активних, відповідальних людей, які об'єднуються для змін. Цю ідею відображає символ мозаїки - для цілісної зміни важливий кожний елемент, дія кожного з нас. Ми всі різні, але в цій різності всі разом ми утворюємо дивовижну спільноту», - наголошує засновниця ГО «Дивовижні» Марія Насєдкіна, пояснюючи основні етапи розробки логотипу для організації.

За основу логотипу Організації Об'єднаних Націй взята карта світу з полярною рівновіддаленою азимутальною проекцією (спрямований вниз нульовий меридіан), оточену двома оливковими гілками. Згідно з символікою Стародавньої Греції, оливкова гілка символізувала мир. Основна мета Організації, яку вона прагне досягти – це мир та рівність. Тому карта світу символізує перш за все – мир.

Карта світу та оливкова гілка стала основою для логотипів Агентств ООН, тільки тут вже додаються особливі символи для кожного із Агентств, які символізують місії цих

представництв. Наприклад, для програми «ООН-Жінки» (UN Women) використали карту світу, що трансформується в символ Венери зі знаком рівності – це уособлює основну мету, гендерна рівність та розширення прав і можливостей для жінок. До логотипу Дитячого фонду ООН (UNICEF) додали символ матері, яка тримає дитину на фоні карти світу, оточеною оливковою гілкою. Логотип міжнародного молодіжного проекту ЮНІСЕФ – U-Report, – символізує знак "U" (Ти-репортер), для кожної країни учасниці проекту цей символ оформлюється в кольори прапору.

Свобода та рівність стали основою для розробки логотипу благодійного фестивалю «Freedom Fest». Потужним способом успішної розробки логотипу є створення персонажу. Тому за основу вирішено взяти образ людини та чайки на полігоні, остання символізує мир та викликає асоціацію з містом морських берегів – Маріуполем.

Отже, розробка логотипу грає неоціненну роль при створенні іміджу організації. Адже логотип відображає загальний настрій організації, її цілі. Цей фактор значно допомагає збільшити впізнаваність організації, музичної групи чи особистості серед потенційних конкурентів. Для громадських організацій логотип виступає перш за все, як символ мети, за яку вони боряться за для змін в суспільстві та в світі.

Література

1. Ейри Д. Логотипы и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Д. Ейри – СПб. : Алетейя, 2001. – 119 с.
2. Michael Evamy Logotype. / Evamy Michael – London. : Laurence King Publishing Ltd, 2012. – 11 с.
3. Lindsay Rothfeld 7 Killer Tips For Logo Design / Rothfeld Lindsay. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://mashable.com/2014/04/30/logo-design-tips/#b8r8oY5xgSqw (дата звернення 12.12.2017)

УДК 659.13

Дерев'янко О. А.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЗАКЛАДУ СФЕРИ ПОСЛУГ

У сучасних умовах ринкової економіки та конкурентного середовища для кожного підприємства питання про індивідуальність стає найбільш гострим, оскільки тільки в одній країні існує понад 500 тисяч підприємств. Отримати унікальність дозволяє фірмовий стиль, розробка якого є достатньо тривалим і складним процесом. На сьогодні використання власного фірмового стилю стає все більш популярним атрибутом стратегії розвитку зростаючого числа компаній.

Для великих організацій створення ідентифікаційної атрибутики своїх корпорацій це величезна робота, яка іноді триває роками і вимагає постійної уваги навіть після завершення [1, с.124]. Те, що нині зветься «корпоративною ідентифікацією», включає в себе способи використання логотипів поряд з усіма іншими елементами, такими, як стиль мови, стиль шрифтів, колірна гамма тощо. Беручи до уваги структуру брендингу, в ході нашого дослідження ми спроектуємо фірмовий стиль. Нашою метою є розробка елементів фірмового стилю для закладу сфери обслуговування, а саме – чайного дому. У дослідженні важливо приділити увагу кожному елементу (товарний знак, фірмовий шрифтовий напис (логотип), фірмовий блок, фірмовий колір (гамма), фірмовий комплект шрифтів, корпоративний герой, фірмовий одяг), щоб зрозуміти їх ключову важливість і призначення.

Індивідуальність бренду – це потужний і поширений інструмент. Вона є візуальною всеохоплюючою цінністю, яка всебічно проникає у структуру корпорації та здатна впливати на оточуючих. Це цінний актив, яким потрібно не тільки правильно та розумно керувати, а й розвивати, у бренд необхідно вкладатись аби його яскрава індивідуальність постійно нагадувала споживачам про сенс і значення.

Підвищувати обізнаність споживачів про бренд і його впізнаваність допомагає візуальний образ, який легко запам'ятовується і сприймається. Візуальна індивідуальність дає можливість

використовувати зорове сприйняття, яке надає людині більше інформації, ніж будь-які інші органи чуття, та викликає різноманітні асоціації, які сприяють впізнаваності компанії. Стиль бренду це найкоротша та усюдисуща форма комунікації. Що таке стиль? У графічному дизайні це загальний ефект від роботи, комбінація підібраних шрифтів, характерне використання простору, кольори і т. п. Стиль втілює набір концептуальних положень, висхідних до набору певних політичних ідей фірми.

На думку А. Крилова фірмовий стиль або корпоративна ідентифікація – це візуальний образ компанії, корпорації або бізнесу в очах публіки, клієнтів і співробітників, що забезпечується різними засобами, включаючи характерний для компанії дизайн, брендинг і використання товарних знаків [2, с.72]. Корпоративна ідентичність виражається в атрибутах корпоративного стилю.

Дослідження Д. Ейрі, Д. Балмера та А. Уіллер стверджують необхідність корпоративної ідентифікації в тому, щоб виділитися серед схожих між собою компаній-конкурентів, стати більш впізнаним. Запам'ятатись споживачеві можна, насамперед, за допомогою власної індивідуальності, яка є гармонією єдності графічних та інших складових. Створюючи правильний, за канонами, фірмовий стиль підвищується не тільки доля уваги на компанію, зокрема зменшується кількість коштів, які могли б бути витрачені на рекламу. Та у той же час – значно підвищується ефект рекламного меседжу. Необхідність ідентифікації, проявлення індивідуальності та безпосереднє підвищення впізнаваємості компанії на ринку серед конкуруючих підприємств зумовлює актуальність нашого дослідження.

Поняття фірмового стилю включає в себе багато значень – це і засіб формування позитивного іміджу, і комунікація зі споживачем, але перш за все фірмовий стиль – це інформація. За допомогою дизайну інформація передається через структуру об'єднаних елементів зовнішнього вигляду компанії – її «обличчя». Фірмовий стиль здатен створити саме такий образ, який був би максимально наближений до серця цільової та потенціальної аудиторії. Тобто, якщо зовнішність об'єктів відповідає вимогам та уявленням людини, то вона їх швидше запам'ятовує [3, с. 116]. Індивідуальність бренду є могутнім інструментом, квінтесенцією дизайну та маркетингу, яка має можливість продати продукт ще до того, як споживач його придбає.

Отже, фірмовий стиль – це спосіб передачі інформації через окремі елементи, які є гармонійно об'єднаною структурою. Брендинг впливає на вибір людини підтримувати та любити ту чи іншу компанію, підсвідомо спонукаючи до вибору про покупку або обрання сервісу послуг.

Література

1. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / К. Ньюарк. : АСТ, Астрель, 2005. – 256с.
2. Крылов А. Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов. / А.Н. Крылов. – М.: Икар, 2004. – С. 72.
3. Кеварков В. В. Политика и практика маркетинга на предприятии. / В.В. Кеварков, С. В. Леонтьев. – М. : «Новое знание», 2003. – 157с.

УДК 659.13/.16(477)

Андрющенко С. О.

ЗАСОБИ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ (НА ПРИКЛАДІ ВІТЧИЗНЯНИХ БРЕНДІВ «NKSPORT» ТА «IDOL»

Брендинг – один з типів маркетингових технологій, направлених на створення бренду та управління ним. Він виходить за рамки системи маркетингових комунікацій і включає в себе елементи товарної політики, політику в сфері ціноутворення і рішення у сфері збуту.

Бренд – це назва торгової марки в поєднані з її іміджем. В даному розумінні брендом є умовний ярлик, який «наклеюють» на товар споживачі, і сенс який вкладають у нього самі творці.

Поняття «бренд», має безліч трактувань та безліч вчених займались його виченням . За визначенням Американської маркетингової асоціації бренд або ж brandname – це знак, символ, чи дизайнерське рішення, або ж їх поєднання в цілях визначення товарів та послуг конкретного продуктів чи групи продуктів для розрізнення від їх конкурентів [1. с. 41].

Основною складовою частиною при створенні бренду є моніторинг ринку збуту. Після аналітичних та статистичних досліджень ринку, засновники нового бренду визначаються з основною ідеєю та ціллю. Всі ці маніпуляції не виступають досконалими гарантами того, що бренд буде прибутковим. У такій ситуації в хід можуть піти рекламні та маркетингові засоби, що будуть містити у собі різні акції, знижки, благодійні заходи, в яких бренд буде виступати спонсором.

Дуже вигідним кроком у просуванні бренду є відомий представник, який, в свою чергу, буде або просто рекламувати бренд, або, що найбільш ефективно, буде засновником бренду. І в першому, і в другому випадках бренд буде в центрі уваги, оскільки в багатьох людей (споживачів) є кумири на яких вони хочуть бути схожими, або просто хочуть одягатись як об'єкт їх прихильності.

Атрибути бренду можуть носити як позитивний, так і негативний характер. Вони мають різну силу, спрямування та особисте значення для будь-кого із споживачів. Усі атрибути мають головну характеристику, яка визначає його суть. Іноді саме цю характеристику бренду називають його місією, тут звертається увага на його призначення. Всі атрибути бренду в цілому складають його індивідуальність, чи стиль.

Актуальністю даної роботи полягає в тому, що в Україні все активніше розвивається явище заснування нових брендів відомими людьми – представниками шоу-бізнесу. Тому вивчення їх досвіду просування власних брендів є цікавим та актуальним.

Об'єктом дослідження виступають вітчизняні бренди а саме: лінія жіночого спортивного одягу «NKsport» Анастасії Каменських, а також лінія чоловічого одягу «Idol» Сержа Смоліна.

Предмет дослідження – інструментарій просування торговельних марок.

Хронологічні межі дослідження: 2017-2018 р.

Мета дослідження: виявити засоби просування бренду на вітчизняному ринку.

Завдання дослідження:

- проаналізувати літературу за темою;
- виявити, ефективні способи просування бренду;
- визначити, способи просування брендів «NKsport» та «Idol».

Для розкриття цієї теми необхідно використовувати такі **методи:**

- Метод моніторингу – для аналізу сайтів, на яких розмішуються колекції «NKsport» та «Idol».
- Описовий – для описання специфіки брендів та їх просування.
- Порівняльний – для порівняння «NKsport» та «Idol» за такими критеріями як цільова аудиторія, популярність та способи просування брендів.

Джерельну базу становлять праці: Девіса С.М, Анхольта С., Гравера А.А, Хем вон П., Філіпа Котлера, Кевіна Лейна Келлера, Дєвіда А., Жан-Ноеля Капферера, Марті Ньюймейєра, Тома Пітерса, Віктора Тамберга та Дена Кеннеді.

Брендинг є достатньо «молодим» поняттям. Досконале питання брендингу розглядали Ткаченко Н.В та Ткаченко О.Н, свої думки що до цього поняття вони виклали у книзі «Креативна реклама». За думкою дослідників, щоб просування бренду було ефективним треба знати основні методи вивчення ринку, а саме:

- аналіз ситуації;
- вимірюваня об'єму збиту;
- вимірювання частки ринку;
- вимірювання частки ринку;
- аналіз марочного капіталу;
- оцінки дій цільової аудиторії;
- аналіз витрат на рекламу у контексті складу аналізу реклами;

- складовий аналіз реклами;
- вивчення галузі;
- внутрішнє вивчення компанії [1, с.7-8].

Отже, просування бренду є найголовнішою проблемою, оскільки рекламний ринок є різноманітним та не стабільним. Бренд «NKsport» на сьогоднішній день виступає як молодий бренд, і, звичайно, розробникам цього бренду дуже складно утриматись на рекламному ринку . В свою чергу, другий вітчизняний бренд, який був обраним для дослідження, став «Idol», він виступає більш досвідченим і стабільним.

Література

1. Ткаченко Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под. ред. Дмитриевой Л. М. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 335 с.

УДК 659.11:004.738.5 (043) **Коновалова І.С.**

ПРОСУВАННЯ НОВОГО ПРОЕКТУ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТУ (НА ПРИКЛАДІ СЕРВІСУ «OH MY LOOK!»)

Інтернет дає безліч інструментів для впливу на цільову аудиторію рекламодавця. Промоушн (promotion) – в перекладі з англійської – просування, сприяння. Промоушн в PR має на увазі виконання плану для досягнення певної мети, просування товарів та послуг на ринку, підвищення попиту на них [1].

На сучасному етапі мережа Інтернет дає можливість створювати максимально інформативні комунікації та необмежено розширювати їх. Тому просування нового проекту в Інтернеті є ефективним методом для його реалізації.

Актуальність дослідження пов'язана з тим, що Інтернет створює новий єдиний простір обміну інформацією, співпраці та торгівлі. Це нова реальність, в якій оперативність поєднується із змістовністю, в якій можливо розшукати потрібну інформацію та об'єднати людей за інтересами. Сучасна людина багато часу проводить в Інтернеті, тому компаніям, які бажають заявити про себе, необхідно використовувати всі можливі методи PR в Інтернеті, тому що спеціалісти з PR формують той рівень взаємовідносин і довіри, який призводить до успішної реалізації проекту в цілому. Межі застосування PR дуже широкі, а його практика різноманітна. PR – явище багатоаспектне, грані якого можна вдосконалювати безмежно, щоб досягти найкращих результатів з просування проекту. Перспективність і глобальність сфери послуг роблять питання управління цією галуззю актуальними.

Об'єкт дослідження – Проект «Oh My Look!».

Предмет дослідження – комплекс інструментів для просування нового проекту.

Хронологічні межі дослідження: 2017-2018 р.

Мета дослідження : продемонструвати сукупність інструментів просування нового проекту (на прикладі сервісу «Oh My Look!») за допомогою мережі Інтернет.

Завдання роботи:

1. Підбір і вивчення інформаційно-теоретичної бази: основних інструментів просування проекту в Інтернеті, основних типів стратегій просування в мережі Інтернет.
2. Опис та аналіз діяльності з просування проекту сервісу «Oh My Look!».

Методи науково-дослідницької діяльності, які були використані в роботі:

1. Теоретичний аналіз літератури.
2. Аналітичний метод – для аналізу інструментів просування проекту «Oh My Look!».
3. Узагальнюючий – узагальнення результатів та інформації у ході дослідження.

PR-діяльність в Інтернеті, безумовно, є найдоступнішим і ефективним інструментом просування проекту. Наприклад, соціальні мережі створені спеціально для того, щоб люди взаємодіяли один з одним, тому просування в соціальній мережі є результативним методом. Взагалі просування таким способом є економічно не затратним та має вплив на велику кількість людей. Про це свідчить статистика. У червні 2017 року аудиторія «Facebook» і «Instagram» в Україні становить 11 млн. користувачів. Це дає змогу повідомляти про новий проект зацікавлену аудиторію [2].

Згідно з опублікованим дослідженням маркетингової агенції Razorfish користувачі соціальних мереж не лише не бояться реклами та присутності компаній уданих каналах соціальних медіа, а навіть навпаки. Вони користуються послугами,виходячи з реклами та рекомендацій, знайдених у соціальних мережах. Майже 76% опитаних зазначили, що не заперечують проти реклами на соціальних сайтах, які вони відвідують. 49% опитаних зазначили, що здійснювали покупки, користувались послугами, виходячи з рекомендацій, знайдених на соціальному сайті, у той час як 40% придбавали товар, виходячи з побаченої там реклами. Експерти Razorfish впевнені, що люди шукають інформацію і компаніям необхідно її надати.[3, с. 91-92].

Здійснення ефективної PR-діяльноті є важливим фактором успішного просування нового проекту. Сучасна діяльність PR переросла рамки маркетингу і оформилась у самостійну функцію управління, яка сприяє встановленню гармонії у відношеннях з суспільством. PR – діяльність пронизує всі етапи просування проекту від ідеї товару або послуги до їх реалізації, що спрямоване на залучення все більшої кількості прихильників, розширення цільової аудиторії, розроблення, покращення та захист репутації компанії через формування лояльності споживачів до бренда.

Сервіс «Oh My Look!» вже п’ять років спеціалізується на створенні та просуванні в Інтернеті таких послуг, як 3000 суконь від кращих дизайнерів світу на прокат, фотодні, бьюті-корнер «G.Bar», «So dodo». Високі показники відвідування сторінок «Instagram» (132000 дописувачів на «G.Bar» та 158000 дописувачів на «Oh My Look!») значно підвищують інтерес до проекту та дозволяють налагодити постійні комунікації з аудиторією. Можна Чим більше контакту з клієнтами, інформації і відкритості, тим більше довіри і уваги до сервісу та Проекту.

З цього можна зробити висновок, що кожний інструмент PR в Інтернеті є ефективним, але, на наш погляд, найкращий спосіб розповсюдження інформації в мережі – це створення цікавого відео і розміщення його в «YouTube». Ще один спосіб заявити про свій проект і привернути увагу користувачів мережі – це проведення конкурсів і акцій. Також актуальні спонсорські програми, взаємовигідний обмін фінансовими і матеріальними послугами. І тільки застосування декількох методів в комплексі дають можливість досягти результатів.

Література:

1. PR – реклама чи зв’язки з громадськістю: ключові поняття. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.govforc.com/index.php?id=224 (дата доступу 14.12.2017)
2. Українці стали активніше користуватися Instagram і рідше Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.epravda.com.ua/news/2017/06/27/626513/ (дата доступу 14.12.2017)
3. Бадьин А., Тамберг В. Особенности продвижения продуктов в социальных медиа / А. Бадьин, В. Тамберг. / Поступ Продовольства. – М. : «Эксмо», 2009. –141 с.

УДК 659.1:159 (043)

Смирнов С. Д.

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ПРЕС-СЛУЖБИ МВС (НА ПРИКЛАДІ ЦЕНТРАЛЬНОГО ВІДДІЛУ ПОЛІЦІЇ, НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ)

У наш час розвитку інформаційних технологій та провідних українських медіа **актуальність** вивчення професійної роботи прес-служби Центрального відділу поліції, Національної поліції в Донецькій області МВС України визначається необхідністю ефективної

комунікації правоохоронців з журналістами і представниками громадськості та великого професіоналізму у роботі прес-офіцерів провідного маріупольського правоохоронного відомства. Все це є важливою умовою забезпечення правопорядку у місті Маріуполі, Донецької області та України в цілому. Тобто для співробітників сучасної реформованої поліції дуже важливо забезпечити національну безпеку, територіальну цілісність, зберегти незалежність і суверенітет України, захистити законні права мирних громадян, а також подолати політичну, економічну,соціальну та військову кризу в нашій державі.

У той же час завдання підвищення якості роботи МВС України поставлені перед поліцейськими, керівництвом нашої держави під час реалізації нової европейської реформи, на жаль не можуть бути вирішенні без розвитку діалогу звичайних громадян, а також органів державної влади України. Професійна PR-діяльність у системі правоохоронних органів України відіграють дуже важливу роль у діяльності силових структур нашої держави. Зараз кримінальна проблематика користується в мешканців міста Маріуполь та взагалі всієї Донецької області *підвищеним інтересом. Це обумовлено соціально-політичною кризою в державі, зубожінням нашого народу та проведенням АТО на сході України. Особливе значення поліцейські надають інформації що може викликати великий суспільний резонанс серед населення. Однак ці дії не стільки знижують рівень злочинності, скільки формують серед мешканців негативну психологічну установку. Водночас, високий рівень* насильства в країні впливає на прояв диких видів агресивної поведінки. Система *інституалізованих, професійних* зв'язків з громадськістю в роботі сучасної прес-служби Центрального відділу поліції, Національної поліції в Донецькій області є на сьогоднішній день головним каналом постачання перевіреної та оперативної інформації для мешканців міста Маріуполь та Мангушського району. Завдяки ньому звичайні українці та місцеві ЗМІ можуть дізнатись про стан правопорядку, кримінальну ситуацію в місті Маріуполі та Донецькій області в цілому. Також дуже велику роль тут грає професійна робота прес-офіцерів яка допомагає формувати та поширювати довіру серед населення к органам державної влади. Сутність впливу PR-технологій на громадськість дозволяє судити про їх високу вагу для розвитку і становлення нової правоохоронної системи, а також адміністративно-правових процесів державного або обласного рівня [1].

Об'єкт дослідження – Прес-служба Центрального відділу поліції міста Маріуполь.

Предмет дослідження – особливості організації роботи прес-служби МВС (на прикладі прес-служби Центрального відділу поліції міста Маріуполь),дії яких не тільки спрямовані на створення та успішну реалізацію прес-офіцерами відомства ефективних та результативних напрямів роботи прес-служби поліції під час взаємодії з журналістами та представниками громадськості, але і сприяють формуванню позитивного іміджу та репутації даного правоохоронного відомства.

Мета – дослідити та визначити сучасні, ефективні та результативні напрями роботи прес-служби Центрального відділу поліції міста Маріуполь, в процесі взаємодії з журналістами та населенням, а також сформувати за допомогою їх професійної реалізації позитивний імідж та репутацію ведучого українського правоохоронного відомства.

Відповідно до поставленої мети планується вирішити наступні **завдання**:

1) провести теоретичний аналіз основних понять,визначень,сутності, завдань, функцій, принципів та сучасних методів роботи прес-служб;

2) проаналізували основну нормативно-правову базу, яка регламентує роботу прес-служби Центрального відділу поліції міста Маріуполь;

3) розглянути організаційну структуру та визначити основні напрями роботи прес-служби Центрального відділу поліції міста Маріуполь в процесі взаємодії з журналістами та представниками громадськості.

4) проаналізувати особливості взаємодії прес-служби Центрального відділу поліції із засобами масової інформації міста Маріуполь;

5) дослідити та визначити сучасні, ефективні та результативні напрями роботи прес-служби Центрального відділу поліції міста Маріуполь, в процесі взаємодії з журналістами та громадськістю, які сприяють не тільки популяризації діяльності поліцейських,поверненню

кредиту довіри серед різних верств населення щодо роботи нових правоохоронців але і встановлюють дружні, партнерські відносини між двома сторонами професійної комунікації та формують в комплексі позитивний імідж, репутацію ведучого українського правоохоронного відомства.

6) створити за класифікацією видатного українського PR-науковця та бізнес-тренера Тетяни Іванової ряд різних видів PR-заходів, акцій соціального, правового, спортивного культурно-просвітницького, військово-патріотичного спрямування та впровадити їх в професійну роботу поліцейських з метою популяризації їх діяльності, повернення кредиту довіри серед представників громадськості і журналістів до роботи правоохоронців, а також успішного формування позитивного іміджу та репутації ведучого українського правоохоронного відомства.

Дослідженням галузі зв'язків з громадськістю та роботи прес-службив органах Міністерства внутрішніх справ займалися ряд таких видатних вчених: Андреев Н.А., Бабаскін В.В, Бандурка О.М, Благоразумний А. А, Бакуніна Н.Н, Бабосов Е.М, Бондаренко Т.А,Бобкова І.Е, Викторов Б.А, Грибакін В.А, Дорский А.Ю, Дьомін В.Д, Дженифер Джонсон, Комаровський В.С, Коробов В.Б, Рибальський О.В, Порфімович О.Г, Четвертков Н.В. та багато інших.

У взаємодії органів внутрішніх справ зі ЗМІ на сьогоднішній день існує цілий комплекс проблем, вирішення яких пов'язане з формуванням норм поведінки в сучасному суспільстві. Для своєчасної модернізації системи взаємодії прес-служби Центрального відділу поліції, Національної поліції в Донецькій області із засобами масової інформації необхідно постійно функціонуюче наукове забезпечення, що включає поряд з пошуковими дослідженнями технологічні розробки, підготовку методичних і навчальних програм, з метою зниження рівня злочинності. Також зараз терміново необхідна нова інформаційно-пропагандистська стратегія силових відомств, заснована на науковому системному підході до організації профілактичних заходів, спрямованих на зниження росту злочинності, формуванню відносин довіри і партнерства з населенням. Таким чином на сьогоднішній день прес-підрозділи в системі МВС України повинні зайняти провідну роль у відносинах зі ЗМІ і стати офіційним джерелом інформації для більшості громадян нашої держави [3].

Література

1. Бакунина Н.Н. Робота пресс-служби МВД в законодательных органах власти / Н.Н.Бакунина. – М. : Человек и закон, 2008.– 42 с.
2. Гуценко К.Ф. Правоохоронні органи,/ К.Ф. Гуценко. – М . : БЕК, 2005 – 200 с
3. 3.Порфімович О. Г. Кримінальна журналістика / О. Г. Порфімович. – К. : ФОП-Подолін, 2009. – 192 с.

УДК 351.822:336.7

Пугач М. Р.

КРИЗОВИЙ ПІАР: ЕФЕКТИВНІ ПІАР-ТЕХНОЛОГІЇ БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»)

Банк як об'єкт просування на ринку є дуже специфічною структурою. Банківський бізнес відноситься до складного типу послуг, без розуміння основ і закономірностей якого фахівець з маркетингу або зв'язків з громадськістю цілком здатний завдати шкоди банку. При цьому є всі підстави стверджувати, що банки – найбільш залежна від громадської думки галузь. Від формування позитивного іміджу, вибудовування надійної репутації безпосередньо залежить успішне функціонування кредитної установи.

Наявність проблем у сфері банківського PR обумовлюється зокрема історією розвитку як банківського сектора в Україні, так і застосуванням PR-технологій. Банківський сектор на шляху свого розвитку стикався з чималою кількістю потрясінь, що призвело до ситуації, в якій переломити недовіру громадян до кредитних організацій і вибудувати надійні відносини, виховати лояльність до бренду досить складно. При цьому PR-технології розвиваються в нашій

країні не так давно, в порівнянні, наприклад, із західними країнами, і їх розвиток зараз стикається як з пережитками радянського минулого, так і з особливостями менталітету і взагалі веденням бізнесу в Україні.

З цього витікає **актуальність** нашого дослідження, оскільки питанням PR в системі управління фінансових організацій як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі приділено недостатню кількість уваги. З проблеми розвитку PR-технологій у системі управління банком досі не існує повноцінних наукових робіт, які були б повністю присвячені даній темі. Більш того, ця проблема не розроблена у предметній області та не висвітлена у науковій літературі.

Головна проблема полягає у тому, що багато фінансово-кредитних організацій досі не усвідомлюють, наскільки якісні антикризові PR-кампанії здатні вплинути на розвиток їх бізнесу. Все це призводить в результаті до ситуації, що склалася на ринку зараз, яку не можна охарактеризувати як позитивну, але можна говорити про велику кількість перспектив і нереалізованих можливостей в цій сфері, які, звичайно, будуть реалізовані при збереженні сучасних тенденцій розвитку банківського сектора.

Мета роботи – на прикладі ПАТ КБ «ПриватБанк» визначити та класифікувати найбільш ефективні у кризових ситуаціях PR-технології.

Предметом аналізу є зв'язки з громадськістю та PR-технології у кризових ситуаціях, їх особливості та ефективність.

Об'єктом дослідження є методи та PR-технології, які у своїй діяльності використовував ПАТ КБ «ПриватБанк».

А. А. Меньшиков дає таке визначення: «Криза – це несподіваний випадок або ряд подій, що виходять з-під контролю, що переривають нормальне функціонування організації і викликають наполегливу та небажану увагу громадськості, які шкодять чи загрожують завдати шкоди репутації організації» [1]. Антикризовий PR він визначає як комплекс заходів по прогнозуванню, недопущенню або подоланню кризи.

А. Чуміков у своїй книзі наводить формулювання М. Роджестера: «Криза – це подія, з вини якої компанія потрапляє в центр не завжди доброзичливої уваги ЗМІ та інших зовнішніх цільових аудиторій, у тому числі акціонерів, політиків, профспілкових організацій, рухів на захист навколишнього середовища, які з тієї чи іншої причини цілком законно цікавляться діями організації» [2].

А. Ольшевський включає у визначення кризи усе, що заважає нормальному функціонуванню організації та являє собою для неї потенційну небезпеку [3].

В. Г. Королько вважає, що використання технологій зв'язків з громадськістю може суттєво допомогти в кризових ситуаціях [4].

PR-комунікації банку є одним їх найважливіших напрямків діяльності з вибудовування сприятливих взаємин банку з цільовими аудиторіями. Особливої актуальності PR-комунікації банку набувають у кризовий період. Правильний вибір стратегії комунікацій банку в умовах кризи – запорука успішного виходу фінансової установи з кризової ситуації. Від характеру комунікацій банку в умовах кризи буде залежати становище банку в очах основних стейкхолдерів: клієнтів, партнерів, постачальників.

Першочерговим завданням для банку в умовах кризи, що настала буде правильна організація роботи представників PR-відділу і спікерів банку по їх взаємодії із засобами масової інформації. Правильні PR-комунікації ПриватБанку дозволили уникнути багатьох негативних наслідків кризи. Адже недбале ставлення до інформаційної політики могло призвести до паніки серед основних контактних груп і втрати довіри до банку.

В умовах конкурентного ринкового середовища, коли клієнт має доступ до значної кількості дуже схожих за ціновими та іншими характеристиками банківських продуктів різних фінансово-кредитних установ, саме ефективно сформований клієнтоорієнтований підхід дає довгострокову стабільність, що в свою чергу надає бажану довіру, передбачає беззбиткову діяльність та можливість стабільного росту. Лише за таких умов банк має ряд переваг. Тому ПАТ КБ «ПриватБанк» здійснював свою роботу за такими основними напрямками:

1) розширення клієнтської бази;

2) орієнтація на максимальне задоволення потреб клієнтів за рахунок найбільш повного використання конкурентних переваг и можливостей банку;

3) підвищення ефективної взаємодії з клієнтами з метою забезпечення рентабельності банку в цілому.

Усі вищезазначені заходи, сприятимуть формуванню маркетингової стратегії банку. На даний момент вона є клієнтоорієнтованою, але все ще вимагає вдосконалення. Подальше вивчення фінансової поведінки клієнтів потребує проведення постійних моніторингових опитувань.

Література:

1. Меньшиков А. А. Связи с общественностью в кризисных ситуациях : учебное пособие / А. А. Меньшиков. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т», 2013. – 82 с.
2. Чумиков А. Н. Актуальные связи с общественностью : сфера, генезис, технологии, области применения, структуры : учеб-практич. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009. – 721 с.
3. *Ольшевский А. С. Антикризисный PR* и *консалтинг*. Особенности кризиса. Адаптация. Организационные структуры и схемы. – *СПб, 2003г.* – 432 с.
4. *Королько* В. Г. *Зв'язки з громадськістю* : наукові основи, методика, практика : підручник для студ. вищ. навч. закладів / вид. 3-тє, доп. і перероб. // В. Г. *Королько*, О. В. *Некрасова* . – К. : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.

СЕКЦІЯ
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

УДК 070.489:82-92

Прокопчук Е. І.

ЖАНР ПОДОРОЖНЬОГО НАРИСУ У ТРЕВЕЛ-ВИДАННІ

Подорожній нарис – це різновид жанру нарису – художньо-публіцистичного жанру, у якому досліджуються реальні життєві явища через людські долі та характеристики з метою впливу на соціальну практику, формування особистості, її орієнтації у системі соціально-політичних і духовних цінностей. [1, 144]. М. Кім підкреслює те, що рисами властивими подорожньому нарису є : принцип панорамності в зображенні дійсності, наявність чітко окресленої позиції автора, можливість обрати різні форми побудови твору, при яких виклад подій може подаватися в хронікальній послідовності або у вільній есеїстській формі. Також однією з рис зазначеного жанру М. Кім вважає широкий обсяг тем, що обирають журналісти. Науковці до елементів поетики художньо-публіцистичних творів загалом та до подорожнього нарису зокрема відносять деталь, портрет, пейзаж, інтер'єр, домисел та вимисел, а також авторське «Я», мовна і дійова характеристики, автобіографізм, особистість в журналістиці та особистість журналіста, характер, мовностильове багатство журналістського твору. [2, 167].

Подорожній нарис є одним з провідних жанрів у виданнях, що обирають тематику тревел. Методологічним підґрунтям для аналізу жанрових і родових особливостей тревел-видань, їхньої трансформації є дослідження в галузі теорії літератури М. Бахтіна, Ф. Білецького, С. Бройтмана, Е. Геймбуха, Т. Гундорової, І. Денисюка, Н. Калениченка, Н. Копистянської, Б. Кормана та ін. Журнали мандрів, і сьогодні є перспективним і актуальним сегментом преси подорожей в Україні та світі, оскільки пізнання світу – іманентна потреба людини, тому люди подорожували завжди, як писав експерт Всесвітньої туристичної організації ДжафарДжафарі у праці "Феноменологія туризму".[3, 433]. Саме через нарис автор тревел-видання має змогу дослідити обране місце, описати його культуру, традиції, побут та

оцінити місцеві звичаї. Зазвичай журналіст знайомить читачів з цікавими людьми, що зустрічаються йому на шляху, через діалоги з ними зображає дійсність. Попри це варто зазначити, що наразі у тревел-виданнях найчастіше зустрічаються сучасні, дещо видозмінені варіанти подорожнього нарису,що можуть мати ознаки різних жанрів журналістики та відходити від класичного прикладу.

Об'єктом даного дослідження є тревел-видання, **предметом** – жанр подорожнього нарису. **Мета** дослідження – виокремлення ролі подорожнього нарису у тревел-виданні, Дана **мета** потребує вирішення таких **завдань :**

- вивчення методології створення та структури подорожнього нарису
- визначення особливостей мови та художніх прийомів подорожнього нарису
- визначення специфики сучасного стану подорожнього нарису
- дослідження стильових особливостей тревел-видання
- вивчення методів створення та функціонування журналу про подорожі.

Теоретична цінність роботи полягає у вивченні особливостей жанру подорожнього нарису у контексті тревел-видання, **практична цінність** –у створенні власного журналу з тематикою тревел. Створюване нами тревел-видання- це проект, що знаходить мальовничі куточки України та розповідає про них читачам. Проектом передбачено цикл подорожніх нарисів, що містять цікаві описи місцевості, знайомство з колоритом міста та його мешканцями, практичні поради та настанови мандрівникам.

Важливим є те, що **метою** даного журнала є не лише створення розважального контенту та здобуття популярності серед аудиторії. Надзавдання та певна місія цього творчого задуму – привернути увагу молоді та українців в цілому до пізнання своєї країни та внутрішнього туризму. Ідея полягає в тому, щоб причепити громадянам почуття національної гордості та бажання вивчати своє коріння та сьогодення. Основна аудиторія журналу – ініціативна, активна молодь віком від 18 до 35 років. Він також може бути цікавим і старшому поколінню, особливо тим, хто цікавиться туризмом. До **завдань** журналу, крім вироблення інтересу до пізнання країни, належить також звернення уваги молоді до активного способу життя, туризму та певної культури відпочинку. Даний журнал має велику **актуальність** та стоїть так би мовити на часі. По-перше, через те, що тема тревел наразі є однією з найпопулярніших на просторах тб, преси, інтернету. По-друге, ідеологія журналу відповідає тим завданням, що ставить перед собою сьогодні наша країна та суспільство. Потреба у ньому є і вона висока, бо саме пізнання країни,спілкування мешканців різних регіонів, знайомство з культурою та історією може стати одним з тих шляхів, що приведуть нас до єдності та більш високого культурного та інтелектуального рівня громади. По-третє, наразі якісний розважальний контент у друкованій пресі не надто різноманітний. Розважальний елемент доволі рідко перетинається з культурним та просвітницьким. Завдання журналу – об'єднати ці ланцюжки та зробити пізнавальну інформацію цікавою.

Література

1. Здоровега В. Й. Мистецтвопубліциста: Літературно-критичнийнарис /В. Й. Здоровега. – К.: Рад.письменник, 1966. – 174 с.
2. Ким М. Н. Очерк: Теория и методология жанра: Учеб.пособие / М. Н. Ким. – СПб., 2000. – С. 167.
3. Эткинд А. Толкование путешествий. Россия и Америка в травелогах и интертекстах / А. Эткинд. – М. : Новое литерату-рное обозрение, 2001. – 483 с.

УДК: 070.486:82-92

Бадасен П. В.

ЖАНРОВО-СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ ВІРИ ЧЕРЕМНИХ В ЖУРНАЛІ «ЖУРНАЛІСТ УКРАЇНИ»

Жанри за увесь час свого існування постійно змінювались, набували певних рис, або навпаки втрачали їх. Авторська колонка не виняток. Думки на її рахунок розходяться. Кожен

науковець дає своє визначення, яке відрізняється від думки колег. Виходячи з цього, колонки різних авторів відрізняються одна від одної. Авторська колонка Віри Черемних має свої жанрово-стильові особливості.

Віра Миколаївна Черемних – головний редактор журналу «Журналіст України» (це щомісячне видання НСЖУ). Сама Віра Миколаївна з 1972 р є членом НСЖУ. Спочатку працювала економістом на металургійному комбінаті ім. Ілліча в м. Маріуполі, потім в редакції маріупольської газети, пізніше переїхала до Києва, де і почала працювати у декількох виданнях: у журналі для журналістів та в одному фінансовому виданні. Тематика її публікації доволі різноманітна. Двічі обиралася депутатом Донецької облради. Також Віра Черемних має ряд нагород, а саме: Заслужений журналіст України, Почесні грамоти Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України; Орден Княгині Ольги.

Що стосується авторської колонки Віри Черемних, то почала вона її вести у 2005 році, коли стала головним редактором «ЖУ». Задачею цієї авторської колонки, як і інших – «презентувати номер, показати товар обличчям та звернутись до читачів» [1, с. 13]. Кожен редактор, або просто автор колонки може вкладати в неї іншу ціль. С. С. Успенська вважає, «автор пише колонку для того, щоб показати життєву ідеологію, передати почуття. Колонка не завжди прив'язана до актуальності, частіше її непокоять події, які не є новиною, або є фактом, який залишився в минулому, але цінний своєю індивідуальністю. У ній можливий аналіз автора» [2]. Ці аспекти (а саме аналіз та прив'язка матеріалу не завжди за актуальністю) присутні у авторській колонці Віри Миколаївни Черемних.

Науковці виділяють наступні типи колонок: соціальна, злободенна, сповідальна, провокаційна, колонка до події, колонка-анонс, колонка-критика, гендерна, іронічна та ігрова колонки [2]. У журналі «ЖУ», в різних номерах, в залежності від теми Вірою Черемних реалізовуються усі типи колонок. Знаходяться вони у рубриці «Від головного редактора».

Що стосується тем, то за 2005-2017 рік переважали такі теми, як політика, буття українського народу, журналісти і журналістика, а також переплетіння теми журналістики і політики. У 2014 і по 2015 роки почали з'являтись теми війни та роботи медіа на окупованих територіях.

З 2005 та по 2015 роки деякі випуски «ЖУ» виходили без авторської колонки Віри Черемних. ЇЇ заміняли інші рубрики, такі, як «Події та факти», «Конкурси» та «Хронограф» і «Вітаємо», які найчастіше зустрічались у цей період замість авторської колонки. З 2016 по 2017 рік з випусків журналу «Журналіст України» зовсім зникла авторська колонка Віри Миколаївни. На її місці з'явилась колонка від редакції.

Отже, термін колонка має 3 значення. Основним є наступне: «колонка – особый жанр, формирующийся сегодня на наших глазах и актуализирующий личные переживания автора по конкретному поводу в виде демонстрации точки зрения субъекта высказывания» [3].

Авторська колонка Заслуженого журналіста України Віри Миколаївни Черемних має ряд тем, які вона найчастіше висвітлювала та такі теми, до яких вона за 2005-2017 роки не торкалась.

Її колонка з'являється в номерах з різною циклічністю. Найбільше матеріалів у рубриці «Від головного редактора» було опубліковано у 2015 році. Найменше, було, не беручи до уваги останні два роки, коли не друкувалась колонка,– в 2007 році.

Багато науковців не можуть вирішити: авторська колонка – це жанр чи рубрика? Авторську колонку Віри Черемних можна назвати рубрикою, бо в ній Віра Миколаївна використовувала різні жанри, іноді симбіоз жанрів. Так, у 10 випуску 2006 року у рубриці «Від головного редактора» з'явився матеріал під назвою «Анна Політковська: доля і місія журналіста. Або про принципи, суєту та сутність професії», де головний редактор використовувала риси замальовки та есе. В інших матеріалах з цієї рубрики за інші випуски і роки добре видно риси аналітичної статті, кореспонденції, есе, інтерв'ю та ін.

Матеріали з авторської колонки Віри Черемних відрізняються своєю проникливістю, іронічністю та влучністю.

Література

1. Тимченко И. С. Авторская колонка в современных СМИ / И. С. Тимченко. – Санкт-Петербург, 2011. – 172 с.
2. Успенская С. С. Колумнистика: проблемы жанровой идентификации / С. С. Успенская // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2007, № 1. – 240 с.
3. Ярцева С. С. Жанровые признаки колонки / С. С. Ярцева // Вестник Воронежск. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. – Воронеж, 2011. – № 1. – 228 с.

УДК 070(477.62-2) **Мяснікова Є. А.**

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ПРЕСИ В МАРІУПОЛІ НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «МАРИУПОЛЬСКАЯ ЖИЗНЬ»

Журналістика в Маріуполі пройшла велику кількість складних історичних етапів в своєму становленні. Вона виникла й розвивалась під впливом суспільства.

Актуальність теми дослідження зумовлюється тим, що преса була і залишається основою журналістики. Питання вивчення впливу ЗМІ на явище формування іміджу міста, та його території є актуальною в наш час, та детально вивчається науковцями [1, с. 166]. Міська преса завжди піклувалась про своїх читачів і висвітлювала регіональну та міжнародну тематику, а саме: події Маріупольського повіту, а також довколишніх міст, важливі події за кордону. В сучасному світі діяльність засобів масової інформації набирає найбільш важливе значення. Серед вчених різних галузей знань активно ведуться дискусії о медіатизації політики, суспільного життя, культури. Використання високих інформаційно-комунікаційних технологій стало трендом сучасного суспільства.

Дослідження міської газети «Мариупольская жизнь» було проведено в два етапи. На першому за допомогою історичного та компаративного методів виявили та обґрунтували жанрові особливості міської преси на прикладі газети «Мариупольская жизнь». На другому етапі за допомогою аналізу було систематизовано процеси становлення міської газети «Мариупольская жизнь» в історичному аспекті у 1917 р.

Маріупольські газети розпочали свою журналістську діяльність лише в 1870 році, коли кравець С. Горелик придбав дерев’яний друкарський верстат. Потім під керівництвом друкаря А. Франтова випускалися збірники протоколів земського зібрання. [2, с. 308]. А.Франтов продав друкарню С. Копкіну. Він модернізував типографію. Травень 1906 року є відправною точкою в становленні міської преси. Саме тоді почала випускатися перша щоденна газета «Мариупольская жизнь», яка проіснувала до 1917 року. Тоді маріупольці пізнали необхідність свого видавництва. У 1900-х рр. газети не мали великого успіху, але користувалися популярністю [2 , с. 310]. Катеринославська губернія - це один з найбільших регіонів Східної України, де надалі утворилися чотири області - Дніпропетровська, Запорізька, Донецька та Луганська. В 1838-1917 роки Катеринославщина вважалася одним з найпотужніших промислових та культурних регіонів півдня Російської імперії, що вплинуло на формування місцевих друкованих органів, котрі набували все більшої ваш в житті суспільства. Досі преса цього краю не розглядалася у всій сукупності й взаємозв'язках як цілісне явище, не виявлена специфіка її становлення й розвитку [3, с. 1].

Методологічною основою є наукові праці відомих українських істориків та журналістикознавців. В якості теоретичної бази дослідження були використані публікації, що присвячені процесу розвитку преси в Маріуполі в праці Л. Яруцького «Рассказы краееведа», публікаціях О. Попова в газеті «Приазовский край», книзі І. Олександровича «Краткий обзор Мариупольского уезда», П. Каменського «История одного дня», а також історика Донецької преси Л. Дуренко. Серед журналістів історію маріупольської преси вивчали О. Попов, Ю. Некрасовський, О. Проценко (за фахом - історик). Серед журналістикознавців регіональну пресу розглядали О. Школьна, Н. Сидоренко, В. Владимиров.Новизна дослідження полягає у виявленні особливостей проблематики та

жанрових структур газети «Мариупольская жизнь» за 1917 рік за допомоги журналістикознавчих методів дослідження.

Мета дослідження - визначити особливості функціонування газети «Мариупольская жизнь» за 2017 р. Досягнення поставленої мети вимагає розв'язання таких завдань:

1. Опрацювати історичну та журналістизнавчу літературу за темою дослідження.
2. Виявити та обґрунтувати жанрові системи міської газети «Мариупольская газета»
3. Провести контент-аналіз міської газети «Мариупольская жизнь» за 1917 р.

Основна тематика газети «Мариупольская жизнь» за 1917 рік була: міські події, такі як, наприклад: встановлення новорічної ялинки та відкриття балів-маскарадів («Елка для детей членов о-ва греков», «Бал-маскарад»); робота морського порту («Вниманию моряков», «В порту»); відкриття громадських місць («Закрытая гостиница»); погодні умови в місті («Метель»); гучні судові справи («Постановление о сносе синематографа»).

В газеті «Мариупольская жизнь» використовуються такі жанри, як портретний нарис («Путешественница»); замітка («Молебствие в синагоге»); кореспонденція («К вопросу об устройстве в Мариуполе элеватора»); огляд («Футбольный матч»); звіт («Инфекционные заболевания в уезде»); анонс («Концерт Г. Л. Сироты»).

Таким чином, у газеті «Мариупольская жизнь» найбільш популярною темою є міські події, такі як, наприклад: відкриття громадських місць, проведення святкових заходів або приїзд суспільно-культурних діячів.

Можна виділити, що серед жанрів найбільш уваги журналісти газети «Мариупольская жизнь» приділяли замітці та кореспонденції. Частіше за всього міські новини висвітлюються в замітці, де коротко і про головне розкривають сутність заходу. А проблеми Маріупольського повіту розглядаються в кореспонденції.

Література

1. Мельникова О. С. Теленовини як засіб формування іміджу Маріуполя за 2013 рік / О.С. Мельникова, С.В. Свергун // Молодий вчений. – 2014. - №3. – с. 166-168
2. Яруцький Л. Д. Мариупольская старина: рассказы краееведа / Лев Давидович Яруцький. – Москва : Советский списатель, 1991. – 360 с.
3. Школьна О. Д. Становлення та розвиток періодичної системи Катеринославської губернії 1838-1917 рр. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.01.08 – "Журналістика" / О. Д. Школьна. – Київ, 1997. – 17с.

УДК 070.446(477):82-92

Малий В. В.

ПРОБЛЕМАТИКА ТА ЖАНРОВІ СИСТЕМИ В СПОРТИВНИХ ВИДАННЯХ

Спортивні видання визначаються як сукупність переважно інформаційних жанрів, що несуть в собі ідею просування спорту та фізкультури.

Актуальність теми цього дослідження полягає у тому, що спорт завжди мав тісний зв'язок з життям, та насамперед, здоров'ям людини. І саме тому все більше людей починають захоплюватися цим, від чого зростає попит на спортивні видання.

Мета дослідження - охарактеризувати функціональність українських спортивних видань та виявити їх вплив на формування здорового способу життя людини. Саме тому завданнями дослідження виступають:

- опрацювати наукову літературу за обраною темою.
- знайти та проаналізувати жанрові системи в спортивних виданнях.
- виявити проблематику в спортивних виданнях.

Серед методів дослідження було використано бібліографічний, теоретичний, описовий, емпіричний, моніторинг.

Об'єктами дослідження виступають спортивні газети «Болельщик» та «Спорт-арена», а предметом дослідження є проблематика та жанрові системи у спортивних виданнях.

Теоретична значущість поєднує в собі систематизацію знань про функціональність спортивних видань. У той час як практична значущість складається саме з розгляду спортивних видань «Спорт-арена» та «Болельщик», зокрема подачі журналістських текстів. Одна з функцій спортивних видань є пропагандистська, тому що формують у суспільстві здоровий спосіб життя.

Серед досліджень в сфері спортивної журналістики певного наявні праці В. Вацко, Б. Матуц, Б. Талиновський, А. Франков, В. Пак, С. Панасюк, В. Хохляк, Ю. Коршак. За кордоном це питання вивчало багато вчених, серед яких можливо виділити Ф.Шатріє, П. Домінгеса, М. Рабаха.

У світі відбуваються різноманітні спортивні змагання (наприклад Олімпійські ігри, Чемпіонати світу, Еврокубки), які виступають дуже потужною рекламою, через це росте кількість уболівальників. Спортивні новини несуть у своєму підтексті пропаганду фізкультури і спорту.

Зміст, характерність, значення спорту постійно оновлювалися під впливом різних чинників, не тільки іманентно властивих самій галузі спортивної тематики, але й представляють під тиском цілого комплексу умов тієї соціально-культурного середовища, в якій йому доводиться бути. Спорт представляє характерні для сучасної тільки йому епохи політичні та етичні теорії, стилі життя і стилі мислення, естетичні ідеали та персональні цінності, і саме це повинна відображати спортивна журналістика [1, с. 12].

У свою чергу спеціалізовані (тобто галузеві) видання потрібно розділяти на вузькоспеціалізовані й змішані. Вузькоспеціалізовані спортивні видання присвячені одному виду спорту, їх зміст, жанрова палітра, періодичність, формат враховуються з потребами чітко обмеженої аудиторії - шанувальників конкретного виду спорту. Так, можна виділити футбольні, хокейні, шахові, автоспортивні та інші видання. Подібна спеціалізація обумовлюється, в першу чергу, популярністю, рівнем розвитку і доступністю того чи іншого виду спорту. Найбільше число вузькоспеціалізованих спортивних видань в нашій країні присвячено футболу [1, с. 123]. Змішаними виданнями слід вважати тільки ті, які не обмежують свою тематику одним видом спорту, але і не є достатньо різнобічними та унікальними, щоб називатися повністю універсальними. Як правило, вони висвітлюють два-три схожих чи близьких по духу виду спорту [1, с. 126].

Сучасній пресі ставлять жорсткі вимоги до оперативності, тому що новина знаходиться недовго актуальною, а суспільство дуже гостро відчуває будь-яку, навіть найменшу затримку у новинах. Це призводить до специфічних за часом умовах роботи журналіста - максимально прискореної стадії створення матеріалу аж до повної імпровізації під час проведення трансляцій наживо [2, с. 28].

В спортивній журналістиці використовуються майже всі сучасні жанри. Традиційно жанрова система в спортивних виданнях спрямована на інформаційні жанри, де важливі актуальність, точність, компактність, оперативність, хоча, безумовно, і не обмежується лише ними [1, с. 201]

Гарним прикладом різноманітної палітри жанрових систем спортивної преси є газета «Спорт-арена». У випуску за 10 листопада 2017 р. можна спостерігати подієву замітку «Пирло повесил бутсы на гвоздь», де йдеться про спортсмена, який закінчив кар'єру. Замітка виконує функцію донесення інформації про подію до аудиторії у короткому матеріалі. Вона відповідає журналістським стандартам і уся інформація подається по принципу «Перевернутої піраміди», що є вже класичною практикою для сучасної преси. Також можна розглянути наступний випуск цієї газети за 14 листопада 2017 р., де надруковане інтерв'ю під назвою «Гала-концерт новичков». Інтерв'юрованним стає тренер сборної України Андрій Шевченко.

Таким чином, розглянуті спортивні видання можуть бути використані під час майбутніх досліджень та проведення семінарів з дисципліни "Газетно-журнальний фах".

Література

1. Алексеев. К.А. Спортивная Журналистика / К.А. Алексеев - М: Юрайт, 2013. – 432 с.

2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі “журналістика та інформація” / В.В. Різун. - К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008. - 260 с.
3. Мельникова О.С. Особливості викладання практико-орієнтованої дисципліни «Газетно-журнальний фах» / О.С Мельникова // Збірник доповідей слухачів курсів підвищення кваліфікації за довгостроковою програмою «Розвиток професійної компетенції викладача ВНЗ» / Маріуполь : МДУ, 2017 - 121-123 с.

УДК 070.489-053.6 **Космінський О.В.**

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНОГО ЖУРНАЛУ

Журнал - періодичне друковане видання, яке відрізняється від газети обсягом, просторово-композиційним рішенням, способом подачі інформації [1, с. 52].

Проект журналу для маріупольців розрахований на молодіжну аудиторію, він дозволяє нашому читачеві постійно і швидко отримувати додаткову інформацію з питань культури [1, с. 53].

Актуальність дослідження зумовлюється тим, що український медіа-ринок вимагає створення більшої кількості молодіжних видань, які виконували просвітницьку та культурницьку функції.

Об'єктом дослідження є проект молодіжного журналу "Репутація". Предметом дослідження є специфіка створення молодіжного видання.

Метою дослідження вважаємо виявити особливості створення молодіжного видання для міста Маріуполя.

Мета дослідження полягає у розв'язанні наступних завдань:

- опрацювати літературу за темою дослідження;
- дослідити етапи створення молодіжного журналу;
- створити проект та пілотний випуск молодіжний журнал.

Для розкриття цієї теми необхідно використовувати наступні методи: теоретичний (опрацювати наукову літературу, систематизувати дослідження науковців); емпіричний (провести анкетування молодіжної аудиторії з метою виявити її уподобання та запити на інформацію, а також експеримент, тобто створення проекту молодіжного видання).

Журнал є періодичним виданням з великим числом сторінок, яке передбачає наявність постійних рубрик та матеріалів на найрізноманітніші теми. Процес його верстки проводиться з використанням великої кількості ілюстрацій, тематичних текстів, опитувань, корисних відомостей, новинної інформації, реклами [2, с.154].

Верстка журналу - процес, який має таке ж значення, як і розробка дизайну, тому що може реалізувати дизайнерські рішення в дійсний оригінальний макет. Вона завжди здійснюється з урахуванням головного дизайнерського напрямку і основної теми журналу, що збільшує ефект привабливості матеріалу. [3, с. 26].

Дизайн і верстка журналу передбачає наявність спеціального дизайнерського підходу: всі тексти та зображення номера повинні бути правильним чином складені, щоб журнал було приємно гортати. Їх грамотне використання допомагає виділити важливість певних матеріалів, зробити пріоритети на конкретних рубриках, збільшити інтерес до видання, привернути пильну увагу читачів. Якісна верстка допомагає виграти в конкурентній боротьбі, зробити з видання прекрасний майданчик для реклами [4].

Журналістські тексти повинні мати чітку структурну організацію. У публіцистичних жанрах журналістики, таких як есе чи нарис, текст будується за допомогою засобів асоціативної композиції, тобто автор може використовувати різні плани оповіді, різних епізодів, авторських ремарок. Функція тексту, написаного в інформаційному чи аналітичному жанрі, це інформування читача, або аналіз будь-яких подій, чітке структурування матеріалу - творча необхідність. Це пов'язано з особливостями сприйняття читача: зручніше і легше прочитати ті матеріали, які мають чітку структурну організацію, яка дозволяє орієнтуватися в тексті, і дають

можливість з легкістю повернутися до вже прочитаного, або ж пропустити те, що його не цікавить.[5, с. 233].

Під час планування та реалізацію проекту видання необхідно враховувати: "Вміння працювати з ілюстраціями, створювати колажі та інфографіки, формулювати та оформлювати заголовковий комплекс також є затребуваними навичками журналіста. Проте створення авторського тексту є основним завданням майбутнього фахівця. Журналістський текст як результат діяльності працівників ЗМІ є основним елементом кожного дослідження та аналізу науковців" [6, с. 122].

Коли йде процес творення матеріалів для журналу, планується активна робота з фахівцями, експертами. У журналі плануються наступні рубрики: Історія з обкладинки (великий матеріал, стаття, інтерв'ю або кореспонденція); Новини культури (замітки на тему культури), Музика (рецензії на нові музичні альбоми); ТВліст (рецензія і новини зі світу кіно), Опитування (опитування серед молоді на різні теми); Цікаво (факти зі світу культури); Фешн (рубрика про моду); Просвіт (про освіту, науку, відкриття).

Література

1. Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста Учебное пособие / Елена Вячеславовна Черникова. – Москва: МГУ, 2012. – 415 с.
2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. – М.: 2001. – 287 с.
3. Чихольд Я. Новая вёрстка / Ян. Чихольд. – Киев : Студия Артемия Лебедева, 2011. –243 с.
4. Особенности верстки газет и журналов [Електронний ресурс] / Особенности верстки газет и журналов. – Режим доступу: http://design-mania.ru/newinterer/verstka-zhurnalov (дата звернення 18.12.2017)
5. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения / М. Н. Ким. – Москва : СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 320 с.
6. Мельникова О. Особливості викладання практико-орієнтованої дисципліни "Газетно-журнальний фах" / О.С. Мельникова // Збірник доповідей слухачів курсів підвищення кваліфікації за довгостроковою програмою «Розвиток професійної компетенції викладача ВНЗ» / Маріуполь : МДУ, 2017. – 121-123 с.

УДК 070.489(477.62) **Небогатих О. О.**

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ РАЙОННОЇ ГАЗЕТИ «НІКОЛЬСЬКИЙ ВІСНИК»

У житті кожного району України відведена дуже важлива роль районним газетам, бо саме завдяки їм населення має змогу дізнатися про останні події, що трапилися на території проживання. Також газета є єдиним джерелом інформації для жителів віддалених сіл.

Об’єкт дослідження є проект нової районної газети «Нікольський вісник». Предметом виступає особливості створення районного видання «Нікольський вісник».

Мета дослідження є створити проект районної газети «Нікольський вісник», завдяки якій жителі Нікольського району мали б змогу дізнатися останні новини.

Завданнями дослідження є опрацювати наукову літературу, визначити особливості проекту видання, визначити функції районних газет.

Районну пресу в Україні досліджували О.Школьна, Н.Сидоренко, В.Владимиров. Згідно з їхніми працями можна зазначити, що жодна районна газета не взмозі конкурувати з національною пресою ні в оперативності, ні в широті та масштабності висвітлення діяльності.

І.Михайлин виділяє головну функцію районних газет:« Про події у світі повідомляє радіо й телебачення. Але вони не сповіщають про події на сусідній вулиці, про новини у вашому місті. Це повинні зробити місцеві газети. У цьому їхня безпосередня функція» [1, с.136.]. Отже, районні газети навіть на сьогодні є невід’ємною частиною засобів масової комунікації.

Районна газета «Нікольський вісник» - це щотижневе періодичне друковане видання. Головна задача газети – інформувати жителів Нікольського району про останні події політики,

економіки, спорту, повсякденного життя. Обсяг видання - 8 шпальт формату А3. Аудиторія «Нікольського вісника» широка: від молоді до людей похилого віку. Територія розповюдження газети охоплюватиме адміністративну територію Нікольського району (усього 38 сіл). Проект може розповюджуватися за допомогою підприємств зв'яку, роздрібної торгівлі.

Районна газета «Нікольський вісник» виконуватиме такі функції: інформаційна, розважальна, комунікативна, формування громадської думки.

У проекті виділені основні рубрики: новини районної адміністрації, сільське господарство, новини з прилеглих сіл, культура, спорт. Також заплановано публікацію корисних порад щодо господарства. Заплановано і розважальный контент: анекдоти, кросворди, загадки для дітей. Варто відзначити, що влітку основний вміст складатиме матеріали, що стосуються сільського господарства.

Переважатимуть інформаційні жанри: замітка, репортаж, звіт, інтерв'ю. Саме їм надаватиметься найбільше місця на газетных шпальтах «Нікольського вісника».

Основними характеристиками газети є оперативність, актуальність, суспільна значущість та інтерес, об'єктивність, достовірність [2]. Адже видання має бути якісним та дотримуватися професійних стандартів.

Особлива увага буде приділятися інтерв'ю з представниками районної адміністрації, адже завдяки цьому читачі отримають змогу дізнатися про особисту думку керівництва щодо якоїсь події. Слід не забувати й про репортажі, яким також буде виділятися багато місця. Адже завдяки їм динамічно, з документальною точністю і емоційністю відтворюється дійсність у розвитку події через безпосереднє сприймання автора, що створює ефект присутності самого читача. [2, с.96]

Кожна новина буде супроводжуватися фотографією, малюнком чи інфографікою, що безпосередньо відповідатиме змісту, адже "Вміння працювати з ілюстраціями, створювати колажі та інфографіки, формулювати та оформлювати заголовковий комплекс також є затребуваними навичками журналіста" [3, с. 122]

Разом із газетою буде розповсюджуватися додаток з програмою телепередач на наступний тиждень.

Отже, що проект газети «Нікольський вісник» повністю відповідає журналістським стандартам та вимогам до районних газет. Про це свідчить спроможність проекту виконувати головну функцію – інформувати жителів віддалених сіл та містечок.

Література

1. Михайлин, І. Журналістика як всесвіт: вибрані медіа дослідження / І.Л. Михайлин. – Харків : Прапор, 2008 . – 511 с.

2. Владимиров В. Вступ до спеціальності "Журналістика": навч. посібник / В. М. Владимиров. - К. : МАУП, 2007. - 166 с.

3. Мельникова О. Особливості викладання практико-орієнтованої дисципліни "Газетно-журнальний фах" / О.С. Мельникова // Збірник доповідей слухачів курсів підвищення кваліфікації за довгостроковою програмою «Розвиток професійної компетенції викладача ВНЗ» / Маріуполь : МДУ, 2017. – 121-123 с.

УДК: 070.489-053.6 (043) **Жарких Є. О.**

ЕДЮТЕЙНМЕНТ У ЖУРНАЛАХ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ

Едютейнмент – технологія, яка добре використовується у педагогічній практиці на Заході, щоб інформувати підлітків / молодь завдяки комп'ютерним технологіям, компонентами гри [1, с. 214]

Але ця тема є актуальною і в Україні, точніше, українських підліткових / молодіжних ЗМІ. Саме завдяки цьому методу ЗМІ можуть донести інформацію тим способом, яким подобається молоді, щоб впливати на них. Якщо в ЗМІ до інформації додати мультимедійності, розваги – буде метод, який називається едютейнмент.

А. Журба виділив ознаки підліткових ЗМІ, які можуть використовувати едютейнмент:

1) тексти написані доступною мовою;
2) більша частина інформації дана у вигляді картинок, інформаційних графіків, схем та т.п.;
3) людина, яка пише матеріал повинна бути авторитетною для молоді, щоб у них з'явилося бажання читати ту чи іншу інформацію;
4) наявність зворотного зв'язку;
5) мультимедійність;
6) актуальність інформації, яка подається читачу [2].

Миколаївські соціологи провели опитування 1000 учнів 10-11 класів у 2007 році. На питання, які газети або журнали вони читають, було надано такі відповіді: «Факти» – 37%, «Cosmopolitan» – 27%, «Наталі» - 21%, найвідоміші місцеві газети – 40% [3, с. 4]

Для нашого дослідження було обрано такі журнали: «Бэмс!», «Привет, ребята!», «Клякса», «Конфетка», «Однокласник».

- Журнал «Бэмс!» – виходить раз на місяць російською мовою у Запоріжжі.
- Журнал «Привет, ребята!» – виходив раз на місяць російською мовою у Маріуполі.
- Журнал «Клякса» – виходить два рази на місяць російською мовою у Запоріжжі.
- Журнал «Конфетка» – виходить раз на місяць російською мовою у Харкові.
- Журнал «Однокласник» – виходить раз на місяць українською мовою у Києві.

У перерахованих вище журналах метод едютейнменту використовується у вигляді яскравих малюнків з цікавою інформацією, тестах, конкурсах та у вигляді різноманітних ігор.

Загалом едютейнмент грає велику роль для подачі інформації підліткам та молоді, тому що в 21 столітті, столітті високих технологій, важко зацікавити їх старими методами. Саме завдяки взаємодії інформації, комп'ютерним технологіям та компонентами гри можна донести інформацію, мотивувати, вплинути на їх свідомість.

Література

1. Евдокимов В. А. Эдьютейнмент в массмедиа: от сложного к простому / В. А. Евдокимов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2012. – V. , l. 1. – с. 214-220.
2. Журба А. И. Подростковые сми как платформа для реализации технологии «edutainment». – [Електронний ресурс]. – https://studfiles.net/preview/2238755/page:23/
3. Власкор. Що цікавить молодих / Власкор // Журналіст України. – 2007. – №11. – С. 4.
4. Журнал «Клякса». – Запоріжжя : СПД Волкова О. В. – 2012. – №21.

УДК 050.1/.4(477):77 **Логінова А. С.**

ВИДАННЯ ДЛЯ ФОТОГРАФІВ ЯК РІЗНОВИД СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ВИДАННЯ

В сучасному медіа просторі існує безліч спеціалізованих видань: кіно, мистецтво, спорт, кулінарія. Не винятком є і інформаційні ресурси для фотографів. Та якщо зарубіжних видань можна назвати безліч: «Capricious», «Eyemazing», «Foam», «Aperture», «Kilimanjaro» та інші, то в Україні їх майже немає. Тому **актуальність дослідження** полягає в аналізі спеціалізованого видання для фотографів для подальшого визначення тенденцій розвитку та перспективних напрямків в сфері фотографії.

Значна популярність періодичних видань для професіоналів відповідного фаху зумовлена їх високою функціональністю та вузькою спеціалізацією тематики. Сьогодні практично кожна фахова спільнота має свою спеціалізовану пресу, що висвітлює останні новини в галузі, описує новітні розробки та аналізує перспективи [1]. Фотографія на даному етапі людства є неймовірно популярною сферою діяльності. Майже кожна людина, маючи в руках тільки смартфон може робити якісні та цікаві фото.

Серед наукових праць, присвячених вивченню спеціалізованої періодики, її визначенню та класифікації, ми виявили статті Г. Хаїрова, Г. Манашової, Т. Скотникової, Л. Реснянської, Ю. Полєжаєва, Т. Наговициної, О. Луценко, М. Гольд, дисертаційні дослідження Т. Ширшової, П. Чукова, Т. Наговициної, Д. Матвеєва, А. Лім, І. Волкової, А. Бабкіна, підручники та навчальні посібники С. Корконосенка, Я. Засурського, М. Алексеєвої, Л. Болотової. Зокрема, у зазначених підручниках та навчальних посібниках, а також у статтях Л. Реснянської, Г. Хаїрової та Г. Манашової [2; 3; 4; 5] визначається місце спеціалізованої фахової періодики у типологічній системі журналістики. Найдетальніше в українській традиції вивчає питання Ю. Полєжаєв у своїй статті «До проблеми дослідження спеціалізованих періодичних видань» [6];

Об'єкт дослідження – спеціалізоване видання для фотографів «Photographer».

Предмет дослідження – специфіка професійного фото журналу.

Мета дослідження – на основі аналізу вже існуючого фото видання розробити власний фото журнал.

Для здійснення поставленої мети необхідно розв’язати наступні **завдання:**

– опрацювати літературу з даної теми;

– розкрити поняття «спеціалізоване видання»;

– виявити зразки українських видань в сфері фотографії, охарактеризувати їх контент, тематичні й жанрові особливості;

– розробити власну концепцію спеціалізованого видання в сфері фотографії.

Для аналізу нами було обране російське інтернет видання «Photographer».

«Photographer» – це інтернет-ресурс, який був заснований у січні 1999 року. Тут публікуються не лише новини, але й статті передових критиків в сфері фотографії та сучасного мистецтва, інтерв’ю з представниками світової та вітчизняної фотографії, які раніше не перекладалися російською та українською мовами.

Сайт виконаний в трьох кольорах: білий, чорний та червоний. Верхня панель інтерфейсу включає в себе назву та шість рубрик, одна з яких є окремою інтернет сторінкою. Також сторінка містить стрічку головних матеріалів та дублювання рубрик.

Рубрика «Події» містить чотири підрубрики: «Новини», «Ревю», «Афіша», «Конкурси». Рубрика «Колумністи» представляє собою міркування успішних практиків фотографії. В цій рубриці за рік було опубліковано 11 матеріалів трьох авторів. Рубрика «Культпросвет» містить в собі шість підрубрик: «Практика», «Теорія», «Історія», «Ринок», «Персона», «Техніка». Рубрика «Галерея» являє собою зібрання фотографій та їх короткого опису від різних авторів. Рубрика «Спільнота» є окремою від інтерфейсу сайту сторінкою та має три підрубрики: «Фотографії», «Спілкування» та «Портфоліо», яка присутня і в основному сайті. Вона дає можливість користувачу зробити власний сайт-портфоліо.

Більшість рубрик, які є в інтернет виданні «Photographer» можуть бути використані при розробленні спеціалізованого журналу. Поки що в Україні немає аналогічних ресурсів для фотографів. Але слід зазначити, що і українському інтернет просторі існує схожий сайт «Photographers», але за наповненням він є іншим. Він більше розрахований на взаємодію фотографів та людей з сфери фотографії між собою – саме так позиціонують сайт його творці. Наприклад, сайт має такі рубрики: «Стрічка», «Галерея», «Топ» («Топ-100 фотографів», «Топ-100 фотографій», «Картина дня»), «Ще» («Про проект», «День с фотограферс», «Коментарі»), «Pro» – створення популярного аканту.

Отже, «Photographer» є більш інформаційним виданням для фотографів та може бути основою для розробки такого видання в Україні.

Література

1. Попова В. В. Спеціалізовані професійні видання як засіб формування іміджу фахової спільноти / В. В. Попова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 57. – С. 129.

2. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учебник [Електронний ресурс] / С. Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с. – URL: shkola.refdt.ru/docs/2/1598/conv_1/file1.pdf.
3. Засурский Я. Н. Система средств массовой информации России: учеб. пособ. / Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 189 с.
4. Реснянская Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер.: Журналистика. – 2000. – № 4. – С. 3-14.
5. Хаирова Г. М. Современные видотипологические признаки периодических изданий [Електронний ресурс] / Г. М. Хаирова, Г. Н. Манашова // Филологические науки: 2. Риторика и стилистика. – 2010. – URL: http://www.rusnauka.com/20_PNR_2010/Philologia/67840.doc.htm.
6. Полєжаєв Ю. Г. До проблеми дослідження спеціалізованих періодичних видань [Електронний ресурс] // Держава та регіони. Сер.: Соціальні комунікації. – 2012. – Вип. 3. – С. 81-84. – URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_Sk/2012_3/files/SC312_18.pdf.

УДК: 070:82-92 **Ралюк Ю. В.**

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ В ЖУРНАЛІСТИЦІ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «ПУБЛІЦИСТ»)

Художньо-публіцистичний стиль, найчастіше, має на людей навіть більший вплив ніж інформаційні або аналітичні журналістські матеріали. Публіцистика допомагає журналістам поділитися із масами ідеями, або пояснити якісь явища дійсності та якісно їх інтерпретувати і подати у вигляді матеріалів до різних медіа. Загалом, публіцистичний стиль характеризується наявністю авторської позиції та емоційністю. У ньому широко використовується фразеологізми, риторичні запитання, вигуки, логічні або уточнюючі повтори та ін.

На специфічних ознаках даного стилю також позначається широта тематики, коли автор повинен писати не лише про якісь окремі явища або події, а й використовувати специфічну лексику, яка іноді потребує додаткового роз’яснення. З іншого боку, журналіст повинен усвідомлювати, що ряд тем, які він висвітлює, може мати величезний вплив на ставлення людей до якихось суспільних протирічь та на сприйняття ними конкретних фактів дійсності або подій в країні та за її межами, і лексика, що відноситься до цих тем, автоматично набуває публіцистичного забарвлення. Серед таких тем слід виділити політику, економіку, охорону здоров'я, екологію, криміналістику та військову теми, саме тому, що вони завжди викликають реакцію в аудиторії, через пряму загрозу їх буденному життю [1].

Інформація, яка подається журналістами в публіцистичних жанрах не повинна бути призначена для вузького кола фахівців, а має бути спрямована на широкі верстви суспільства, причому ця дія повинна бути направлена не тільки на розум, а й на почуття кожного окремого індивіда [2, с. 95].

В основі художньо-публіцистичних жанрів можуть лежати факти, але визначальним стає саме те, яке в автора сформувалося враження про факт. Загалом, в основі публіцистичних матеріалів доречніше має лежати саме образ, який автор повинен передати аудиторії. Існують такі способи представлення фактичного матеріалу:

- типізація передбачає не тільки узагальнення, але і наділення конкретними ознаками та характерами об’єктів або явищ дійсності;
- наступний спосіб – інтерпретація, коли автору потрібно осмислити факти, сформувати особисте враження, висловити своє ставлення до подій, героя або зробити прогноз;
- третій спосіб – образне трактування, коли створюється конкретний образ через асоціації та образні уявлень про якісь події або явища, які вже сформувалися в суспільстві [3, с. 87].

Серед основних підходів до розрізнення художньо-публіцистичних жанрів можна виділити такі:

- традиційний підхід до класифікації жанрів: нарис, сатиричні жанри - фейлетон, памфлет, епіграма;
- Л. Є. Кройчик: нарис, есе, фейлетон, памфлет;
- А. А. Тертичний: нарис, фейлетон, памфлет, пародія, сатиричний коментар, життєва історія, легенда, епіграф, епітафія, анекдот, жарт, гра;
- Б. І. Стрільців: нарис, есе, фейлетон, памфлет.

Нарис – публіцистичний жанр, який в образній формі досліджує закономірності буття людини і розвитку суспільних процесів. В нарисі журналіст за допомогою образу може розповісти про якість події або ситуації таким чином, щоб якомога більше людей побачили у них свої особисті проблеми та відображення своїх поглядів.

Фейлетон – це наступний жанр, завданням якого є виявлення та аналіз проблемних ситуацій. Він розкриває комічну сутність негативних явищ дійсності і піддає їх сатиричного аналізу таким чином, щоб кожен читач зміг побачити у ньому характерні риси конкретних людей або навіть подій.

Есе – це жанр максимального самовираження автора. Ціль автора – не передача особистих внутрішніх відчуттів, а аналіз ситуацій, проблеми або явища крізь призму своїх відчуттів.

Памфлет – це повністю сатиричний твір, який викриває політично або економічно ворожі погляди або соціальну систему. Саме тому, критика в памфлеті може носити характер викриття, осміяння і навіть засудження.

Таким чином, предметом нашого дослідження будуть виступати публіцистичні жанри в пресі, у той час як об’єктом буде специфіка створення художньо-публіцистичних матеріалів журналістом.

Мета – розробити на основі отриманих теоретичних та практичних знань нове видання, основою якого будуть матеріали в художньо-публіцистичному стилі.

Завдання нашого дослідження:

- опрацювати літературу за обраною темою;
- визначити специфіку художньо-публіцистичних жанрів в журналістиці;
- проаналізувати особливості створення публіцистичних матеріалів журналістом;
- розробити концепцію нового видання;
- створити видання, яке буде орієнтоване на подачу інформації саме в художньо-публіцистичному стилі;
- з’ясувати, які саме специфічні риси повинні бути притаманні різним окремим жанрам публіцистики та застосувати ці знання при створенні особистих матеріалів.

Нами буде створено культурно-просвітницьке видання «Публіцист», яке за своєю концепцією буде орієнтоване на подачу інформації на різні соціально-важливі теми в художньо-публіцистичних жанрах журналістики. В рамках журналу будуть представлені матеріали, які створюватимуться лише в публіцистичному стилі та втілюватимуть у собі його характерні риси.

Ціллю видання буде надавати аудиторії доступно викладену інформацію (частіше аналітичну) на різні теми, тим самим у спрощеному вигляді пояснюючи читачам події та явища суспільного життя.

Особливості створення художньо-публіцистичних текстів в журналістиці розглядається вченими: С. М Гуревичем, А. А. Тертичним, А. П. Кісельовим, Л. Є. Кройчик, Б. І. Стрельцовим та ін.

Таким чином, нами проаналізовано інформацію різних вчених щодо жанрових особливостей в пресі та розроблено основну концепцію нового культурно-просвітницького видання.

Література:

1. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра [Електронный ресурс] / С. М. Гуревич. Режим доступа до ресурсу: http://evartist.narod.ru/text10/01.htm
2. Кройчик Л. Е. Современный газетный фельетон / Л. Е. Кройчик. – Воронеж : 1975. – 198 с.

3. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : 2000. – 310 с.
4. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети / В. Ф. Іванов. – К. : Знання, 2000. – С.114-117

УДК 070.446(477.62-2Мар) **Ващенко О. О.**

СПОРТИВНЕ ЖИТТЯ МІСТА НА СТОРІНКАХ МАРІУПОЛЬСЬКИХ ВИДАНЬ

Аналіз висвітлення спортивного життя Маріуполя на сторінках місцевих періодичних видань неможливе без визначення терміну «спортивна журналістика». Здебільшого спортивною журналістикою називають збір і обробку будь-якої інформації, яка стосується теми спорту. Більш точним є наступне визначення: вся зібрана актуальна інформація, яка складається із спортивних, правильно викладених і оброблених даних, які проходять через канали масової інформації та комунікації. Перший підхід представлений у науковій роботі К. О. Алексеєва «Спортивна журналістика». Виходячи з його слів, «спортивна журналістика - це журналістика, яка розповідає про спорт і про все, що з ним пов'язано» [1].

Детально описано концепцію спортивної журналістики, її жанри, види, проблеми у науковій розвідці С.О.Михайлова та О.Г.Мостова «Спортивна журналістика» [3].

Метою даного дослідження є аналіз міських видань на предмет публікацій спортивної інформації.

Актуальність теми полягає в тому, що на сьогоднішній день у місті Маріуполь стоїть завдання просування території, покращення іміджу міста, у чому суттєву роль відведено спорту. Все більше видів спорту починають набирати популярності у місті, за рахунок організацій різних змагань серед аматорів, відвідування міста відомими спортсменами, пропаганди та підтримки здорового способу життя.

Завдання дослідження полягають у:

- систематизації наукового матеріалу щодо досліджуваної теми, зокрема спортивної журналістики;
- здійсненні моніторингу місцевих видань з метою виявлення журналістських матеріалів, які можуть бути віднесені до спортивної журналістики;
- наданні кількісних та якісних характеристик цих матеріалів.

З появою сучасних засобів масової інформації та комунікації, попит на спортивну інформацію зріс у кілька разів. Зростання чисельності спортивних новин в ЗМІ зумовлено тим, що спорт займає важливе місце в сучасному суспільстві, є сферою соціально-культурної діяльності та розвивається у міру поширення інформації.

Медіа-простір спортивної журналістики, як і будь-який простір, складається з декількох частин. Наприклад, Е. А. Войтик у своїй роботі «Спортивна медіакомунікація» виділяє дві частини:

1) спорт як сферу розвитку суспільства;

2) спорт як професійну сферу діяльності [2].

Завдяки цьому поділу можна класифікувати усі медійні матеріали на такі, що відносяться до першої або до другої групи.

Об'єктом дослідження слугували журналістські матеріали, вміщені на сторінках газет «Приазовский рабочий», «Ильичевец. Город»та на сайті «0629».

Аналіз конкретних місцевих медіа за відповідний період дозволить з'ясувати стан представленості спортивної проблематики у контенті зазначених медіа, надати кількісні та якісні характеристики журналістським матеріалам, сформулювати пропозиції щодо покращення висвітлення спортивної проблематики журналістами газет «Приазовский рабочий», «Ильичевец. Город» та сайту «0629».

Література:

1. Алексеев К. А. Спортивная журналистика : учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. – Москва : Издательство Юрайт, 2017. – 427 с.

2. Войтик Е. А. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XXI в. / науч. ред. Б. Я. Мисонжников. – Томск : Издательский Дом ТГУ, 2013. – 240 с.
3. Михайлов С. А. Спортивная журналистика. / С. А. Михайлов, А. Г. Мостов. СПб. : Издательство Михайлова В. А. , 2005. – 224 с .

УДК 070.443(477) **Биков І.І.**

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНА СПЕЦИФІКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ НА ЕКОНОМІЧНУ ТЕМУ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ «ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ)

З теорії економіки відомо, що «попит все визначає». В економічній журналістиці цей принцип також можна застосувати. Тобто, якщо попит на інформацію є, то журналістика може його задовольнити.

Формування економічного мислення читачів теж є важливим аспектом даного дослідження, але воно можливе лише за умови регулярного кваліфікаційного висвітлення економічних питань.

Особливо, враховуючи нинішню хиткість законодавства, дуже важливо доносити достовірну та якісну інформацію до її споживачів. У першу чергу, це підприємці, які мають будувати економічні стратегії розвитку своєї справи та мати уяву про економічну ситуацію у регіоні, країні. Досить важливо, також, цю інформацію доносити вчасно.

Економічна журналістика – це пошук, аналіз та виклад інформації на економічну тему. Вона дозволяє будь-якій людини проаналізувати економічний стан та прогнозувати дії для захисту своїх матеріальних інтересів.

Як визначають дослідники, існує декілька характерів взаємозв'язку між економічною наукою та журналістикою. По-перше, будь-яке ЗМІ є суб'єктом економіки «як окрема галузь господарства». Також, продукція журналістики є товаром, який «приносить прибуток своїм авторам». Та є третій вид взаємозв'язку, в якому журналістика – це суб'єкт, а економіка – об'єкт. Саме третій вид використовується у комунікаціях більш за все. Це різноманітні економічні видання, в яких економіка є об'єктом вивчення, а не навпаки.

Досі взаємодія між економікою та журналістикою залишається не до кінця дослідженою. Дослідниця Вартанова О.Л. у своєму навчальному посібнику «Медіаекономіка зарубіжних країн» висвітлила національні особливості медіасистем зарубіжних країн в умовах ринку. У посібнику наводяться статистичні дані про зарубіжні медіапідприємства-лідери. Учена розглядає ЗМІ як окрему галузь ринкового господарства.

Мета дослідження – проаналізувати журналістські матеріали на економічну тему у спеціалізованому економічному виданні, з'ясувати їх кількісні та якісні характеристики.

Об'єкт дослідження – публікації журналу «Економіка промисловості».

Предмет дослідження – економічна проблематика на сторінках періодичних видань України.

Аналіз публікацій конкретного періодичного видання за відповідний період дозволить сформулювати висновки та пропозиції щодо покращення контенту видання, результати дослідження стануть у нагоді тим, хто прагне писати на економічні теми або забажає створити власне видання із економічною проблематикою.

Література

1. Потребин, А.В. Экономика и менеджмент СМИ : учебно-методический комплекс / А.В. Потребин. – Минск : БГУ, 2005. – 155 с.
2. Шевчук Д. А. Экономическая журналистика / Д.А.Шевчук. – Москва : ГроссМедиа, 2008. – 309 с.
3. Михайлин І. Л. Основи журналістики / І. Л. Михайлин; вид. 5-е, доповн. і доопр. — Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.

4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие / Е.Л. Вартанова. – Москва : Наука, 2003. – 335 с.

УДК 070.41(477) **Димитров В.І.**

ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКОВИХ КОМПЛЕКСІВ ГАЗЕТИ «ИЛЬИЧЕВЕЦ. ГОРОД»

Заголовок – це перше і, можливо, останнє враження, яке автор справляє на читача. Без заголовку, що перетворює простого відвідувача на читача, решта слів можуть просто не існувати. Заголовок у формі питання має бути більше, ніж просто запитанням. Він має ставити питання, яке є близьким читачеві або на нього цікаво отримати відповідь [1, с.182].

У центрі заголовкового ансамблю перебуває заголовок окремого тексту. Це найбільш незалежний, самостійний елемент, який передає відповідний текстовий зміст. Значення текстового заголовку є індивідуальним, оригінальним, воно зумовлене безпосереднім змістовим співвідношенням із текстом, що ним називається. «Заголовок – текст – перший вид семантичних відношень [2, с.162].

Здебільшого до заголовкового комплексу відносять, окрім самого заголовку, ще рубрику, анонс, підзаголовок, лід. За синтаксичною формою заголовки поділяють на номінативні та предикативні. Номінативний заголовок являє собою неповне речення, як правило, фразу з двох іменників або іменника і прикметника. Номінативний заголовок містить оцінку новини і супроводжується підзаголовком, який відображає суть публікації [2, с.34].

У сучасному українському інформаційному просторі існує велика різноманітність друкованих засобів масової інформації. Споживач для щоденного перегляду та читання здебільшого обирає загальноукраїнські ЗМІ, приділяючи значно менше уваги регіональній пресі. Хоча правило наближення інтересів стверджує, що мешканцю Донеччини має бути більш цікаво прочитати про події, що відбуваються саме на території його проживання. Другий парадокс полягає у тому, що на тлі низького рівня довіри українців до власних засобів масової комунікації, рейтинг довіри до регіональних медіа все ж суттєво вищий, ніж до загальноукраїнських.

Для аналізу в нашій роботі було обрано газету «Ильичевец. Город». Видання є спадкоємцем одного з найстаріших видань Донеччини. Довгі роки воно було виданням профспілкового комітету спочатку заводу імені Ілліча, потім металургійного комбінату імені Іллліча, сьогодні йдеться про два періодичних видання: «Ильичевец. Завод» (забезпечує внутрішні комунікації) та «Ильичевец. Город» (забезпечує зовнішні комунікації). Такий поділ є логічним, оскільки засновником і видавцем є трудовий колектив ПАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча», що входить до групи «Метінвест». Територія розповсюдження – місто Маріуполь та прилеглі райони Донецької області. Періодичність виходу – три рази на тиждень, загальний тираж понад 43 тисячі екземплярів. Газета виходить російською мовою, хоча деякі матеріали друкуються державною мовою.

У ході дослідження планується виділити основні рубрики видання, частоту вживання підзаголовків, структурні та тематичні особливості власне заголовків, класифікувати ліди, оцінити оригінальність, доцільність, привабливість заголовкових комплексів газети «Ильичевец. Город».

Література:

1. Богуславская В.В. Газетный заголовок как полифункциональный речевой акт / В.В. Богуславская // Языковые единицы: логика и семантика, функции и прагматика. – Таганрог : изд-во ТГПИ, 1999. – С.178-185.
2. Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учебное пособие / Е.В. Черникова. – Москва : Высшая школа, 2003. – 246 с.

УДК 070.446 (477) **Барановська Я.С.**

ПРОБЛЕМИ ФУТБОЛУ В МАТЕРІАЛАХ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ «СПОРТ.UA»

Футбол часто називають грою тисячоліття, оскільки він об'єднує біля себе тисячі людей. Він є найпопулярнішою командною грою у світі, тому футболу відведене особливе місце у спортивному житті світу та окремої країни, саме футболу приділяється найбільша увага медіа. Історія футболу веде свій початок від часів Античності, проте по справжньому популярним він став у XX столітті і популярність футболу тільки зростає. Історія українського футболу є цікавою та сповненою суперечностей, адже дискусійним є питання щодо початку відліку історії українського футболу від 1991 року, тобто здобуття незалежності. Проте, без сумніву, футбол в Україні знаний та улюблений мільйонами вид спорту.

Темою дослідження є висвітлення проблем футболу на сторінках інтернет-видання «Спорт.ua». Актуальність тему зумовлена не тільки популярністю гри серед українців, але й наявністю цілої низки проблем у розвитку українського футболу, що негативно позначається на іміджі українського спорту та української держави у цілому. Саме медіа можуть стати майданчиком для суспільної дискусії з проблем розвитку українського футболу, спонукати до позитивних перетворень, що на них так чекають українські вболівальники.

Для оцінки повноти, якості, частотності публікацій з проблем українського та світового футболу у матеріалах інтернет-видання «Спорт. ua» доцільно виконати наступні завдання:

-визначити поняття «спортивна журналістика»;

-виявити провідні українські спортивні видання, журналістів, що пишуть на спортивну тематику;

- опрацювати наукову літературу щодо спортивних видань;

-зробити моніторинг журналістських матеріалів інтернет-видання «Спорт.ua»;

-виокремити тематичний діапазон публікацій щодо проблем футболу;

-зробити висновки щодо кількісного та якісного складу зазначених публікацій.

Моніторинг буде здійснюватися, виходячи із робочої гіпотези щодо наявності у журналістських матеріалах аналізованого інтернет-видання журналістських матеріалів наступної тематики:

-травмування українських футболістів;

-проблема вживання допінгу;

-проблема якості суддівства;

-проблема взаємовідносин між футбольними клубами;

-проблема результативності гравців та команд тощо.

Проведений аналіз дозволить підтвердити гіпотезу повністю, частково, доповнити її непередбаченими темами або спростувати.

Література:

1. Александрова І.С. Особливості розвитку футболу в Україні / І.С. Александрова. – Київ : Либідь, 2011. – 288 с.
2. Бажан Л.Г. Досягнення футболістів України / Л.Г. Бажан. – Київ : Либідь, 2014. – 190 с.
3. Щур В.Л. Аналіз футболу в Україні у XXI столітті / В.Л. Щур. – Харків : Світ спорту, 2016. – 210 с.

СЕКЦІЯ
ІНТЕРНЕТ, ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТА РАДІО: РОЗВИТОК ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

УДК 070.431.1:654.195-053.6

Сударенко О. О.

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНОЇ РАДІОПЕРЕДАЧІ (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОЇ ПРОГРАМИ «ТВІЙ ВИБІР»)

На межі XX і XXI століть сталася остаточна переорієнтація молодіжної аудиторії з друкарського тексту на аудіовізуальний контент. Величезну значущість для будь-якої людини, а для молодої – особливо, отримали мас-медіа, що стали засобом сприйняття, пізнання і освоєння навколишнього світу. У цих умовах найбільш незахищеними виявились діти і молодь: саме вони істотно залежать від різного роду інформаційно-психологічних дій. У такій ситуації особливе значення мають радіопередачі розважального характеру, розраховані на молодіжну аудиторію, зараз це особливо популярні і яскраві зразки масової культури. На думку експертів, такого роду молодіжні радіопередачі не являють собою зразка інформаційної безпеки ціннісно-смислового, комунікативного, поведінкового і особового критерію. Таким чином, стає очевидною необхідність створення якісного радіоконтенту для молодіжної аудиторії з метою залучення її до радіопростору [1].

Актуальність дослідження полягає в тому, що український радіопростір зіткнувся з проблемою нестачі молодіжних телепрограм. Тому важливо з'ясувати основні проблемні моменти та можливі тенденції розвитку цього напряму. Проблематика молодіжних телепрограм – малодосліджена тема у вітчизняному журналістикознавстві. Всі наукові доробки, що стосуються аналізу цього контенту, розглядають його лише як окрему частину медіапродукту загалом.

Формат – це стиль радіопрограм, покликаний задовільнити смаки своєї цільової аудиторії. Головною ознакою визначення цільової аудиторії є вік і, як наслідок, соціальний статус слухачів, наприклад: 25 – 35 років, 15 – 25 років і т.д. Молодіжною аудиторією вважається населення віком 18 – 35 років. Основними критеріями, що визначають формат, є стилістика, музика та імідж ефіру [2, с. 140].

Існують такі основні критерії визначення телепрограми як молодіжної, у яких пріоритетом є орієнтація на цільову аудиторію 18 – 35 років:

- тематика (мають висвітлюватися теми, що цікавлять молодь, і є відповідними до динаміки життя цієї аудиторії: психологія міжособистісних стосунків, здоровий способу життя, освіта і робота, відпочинок);
- конкретна мета (справжня молодіжна програма повинна, в першу чергу, ставити перед собою завдання просвіти, духовного збагачення, направлення молоді на повагу до держави, виховання патріотизму або відповідати потребам молоді);
- мова програми (у програмі повинна простежуватися культура мовлення, виклад інформації має бути зрозумілим і прийнятним для цієї аудиторії, але припустиме вживання сленгу та просторіччя) [3, с. 46].

Основні типи молодіжних радіопередач:

- радіожурнал;
- радіогазета;
- радіоклуб;
- монотематичні програми;
- інформаційно-музичні передачі [4, с. 54].

Головна дійова особа молодіжного радіомовлення – ведучий (ді-джей, журналіст, шоумен), тому особливо важливі його професійні якості, індивідуальність. Ведучий молодіжної програми у прямому ефірі більш розкутий, тому може дозволити собі будь-які сторонні шуми

(наприклад: сміх, жарти, емоційні вітання з гостем). Він обмежений тільки часом передачі, її форматом і власною внутрішньою цензурою. Незалежно від жанру молодіжної передачі радіоведучий створює певний настрій в слухачів. Він повинен стежити не лише за змістом передачі, але і за перебігом бесіди і зі слухачами, і з гостями програми, постійно підтримувати потрібний настрій і темп [5].

Відсутність культури сприйняття передач у молодого покоління, призводить до того, що увага зосереджується переважно на розважальних програмах і майже не звертається на інформаційні, освітньо-виховні та спеціальні навчальні передачі. Недостатність спілкування з такими передачами зрештою негативно впливає на духовний розвиток слухачів, звужує їхні потреби. Низький рівень уваги суб'єктів призводить до відсутності настанови на цілеспрямований контакт із джерелами масової інформації, внаслідок чого з усієї передачі сприймаються та залишаються у пам'яті лише окремі фрагменти, тому молодіжна радіопередача повинна мати великий арсенал засобів привертання уваги слухача та бути цікавою протягом всього ефірного часу. Бажаний також більш стислий виклад інформації та цікаві прийоми ведення передачі [6].

«Твій вибір» – авторська молодіжна монотематична радіопередача профорієнтаційного характеру. Мета програми – розповісти слухачам про найрізноманітніші професії та допомогти визначитись з майбутньою спеціальністю.

Рубрики програми:

- «Хвилинка з історії» – ведучий розповідає про виникнення професії, історичні факти, пов'язані з розвитком та змінами у посадових обов'язках працівників в цій сфері;
- «Цікаві факти» – рубрика, що в жартівливій та ненав'язливій формі подає інформацію про кумедні випадки, важливі відкриття та цікаві деталі роботи у повній професії;
- «Кращі з кращих» – автор розповідає про найуспішніших та всесвітньо відомих представників спеціальності, що досягли успіху у своїй роботі (мотивація обрати ту чи іншу професію);
- «Де навчитися» – подається перелік найкращих освітніх закладів, де можна навчитися професії, що розглядається;
- «Від першої особи» – заключна рубрика – це бліц-інтерв'ю з представником професії, де ведучий ставить перед співрозмовником три запитання: Чому обрали професію? Які перспективи є у професії в майбутньому? Які настанови можна дати людям, що тільки починають працювати в цій сфері?.

Хронометраж програми «Твій вибір» від трьох до п'яти хвилин.

Отже, молодіжна радіопередача повинна висвітлювати теми, що цікавлять молодь і є відповідними до динаміки життя цієї аудиторії, бути цікавою та стислою, мати ведучого, що за рахунок своєї індивідуальності приверне увагу аудиторії, ставити перед собою завдання просвіти, але підбирати такі методи розповсюдження інформації, щоб молодь зацікавилась та не втрачала інтерес до програми протягом ефірного часу.

Література

1. Дженжебір О. М. Стан і тенденції розвитку молодіжних програм на українському телебаченні [Електронний ресурс] / О. М. Дженжебір. – 2009. – Режим доступу до ресурсу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2291.
2. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту / О. Я. Гоян. – К. : Веселка, 2004. – 245 с.
3. Антонова О. В. Радіожурналістика : навч.-метод. посібник / О. В. Антонова, О. О. Кулініч. – Л. : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 238 с.
4. Смирнов В. В. Формы вещания: функции, типология, структура радио программ / В. В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 201 с.
5. Особенности авторских развлекательных программ на радио [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу до ресурсу : http://www.referats.pro/journalism/10311-osobennosti-avtorskih-razvlekatelnyh-programm-na.html.

6. Музичні радіо- і телепередачі: особливості сприйняття студентами [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу до ресурсу : http://ru.osvita.ua/vnz/reports/psychology/28169/.

УДК 070.443:654.197.(477)(043) **Іваніна А. О.**

СПЕЦИФІКА ПОБУДОВИ ВИПУСКУ НОВИН НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Телебачення сьогодні стало невід'ємною частиною сучасного життя. Воно сполучає процес сприйняття дійсності і спосіб вираження цього сприйняття. Кожну хвилину в світі відбуваються нові події, які впливають не тільки на долі і життя людей, але і на хід історії в цілому. Завдяки цим подіям змінюється й світ. Свіжі новини дня – це та важлива інформація, яка дає можливість тримати руку на пульсі тих подій, які сталися не лише на теренах нашої країни, але й в світі.

Найсвіжіші та найактуальніші новини політики, бізнесу, з життя публічних людей, економіки тощо – це та інформація, без якої день сучасної людини стає не повноцінним.

Загальновідомо, що тільки сенсаційні новини стають цікавими та інтересними у сучасному суспільстві. А ще вони повинні викликати інтерес у певної категорії користувачів. Наприклад, бізнесмени часто цікавляться новинами економіки, молоді люди – новинами зі світу шоу бізнесу і т. п.

Таким чином, будь–яка подія, що відбувається в житті, якщо її правильно побудувати та випустити в ефір, може стати сенсаційною новиною. Багато аналітиків відзначають, що погані новини (аварії, катастрофи) цікавлять середньостатистичних людей набагато сильніше, ніж хороші події (весілля, заручини). Саме тому, сучасні новини на українському телебаченні охоче будуються за принципом актуальності та популярності, щоб заінтересувати телеглядачів та зробити сенсацію.

Отже, актуальність дослідження обумовлена необхідністю сучасних журналістів володіти професійними навичками не просто знаходити необхідну сенсаційну інформацію, а й правильно її будувати та подавати у ефір. Адже, порівняльно–критичне дослідження інформаційних випусків новин на українському телебаченні дає змогу зрозуміти рівень професійності національної тележурналістики та дає змогу визначити основні недоліки.

Дослідження проблеми побудови новин на телебаченні та його особливості в дослідженні проводилось на основі праць вітчизняних вчених, а саме: Я. Н. Засурского, Е. Р. Багірова, А. Я. Юровського, В. О. Єгорова, Н.Н. Богомоловій, Т. В. Васильєвої та інших.

Корисними стали праці таких дослідників як Володимира Здоровеги, Юрія Єлісовенка, Зенона Дмитровського, збірник статей Львівського національного університету імені Івана Франка факультету журналістики, а також статті з електронної бібліотеки Інституту журналістики.

Проте незважаючи на значну кількість досліджень, питання щодо особливостей побудови випуску новин на українському телебаченні досі залишаються спірним та дискусійними, що зумовлюють необхідність подальших наукових розробок з зазначеного питання.

Об'єктом дослідження виступає інформаційне телебачення в Україні, яке постійно еволюціонує, змінює пріоритети, форми подачі у висвітленні інформації.

Предметом дослідження є особливості побудови випуску новин на українському телебаченні.

Метою дослідження є вивчення сучасного українського інформаційного телебачення та специфіку його побудови, визначення основних засад підготовки та випуску інформаційних програм на телеканалах «1plus1» та «ICTV».

Відповідно до поставленої мети потрібно розв'язати такі **завдання:**

– визначити інформацію як важливу категорія новинного випуску на телебаченні;
– дослідити структуру випуску програми новин;

– окреслити апгрейд теленовин як новий спосіб подачі інформаційної програми в Україні;
– проаналізувати специфіку процесу створення та випуску в ефір новин на прикладі телеканалів «1plus1» та «ICTV».

Методи дослідження: для розв'язання визначених завдань і досягнення поставленої мети використано комплекс взаємопов'язаних і взаємодоповнювальних методів дослідження:

– бібліографічний – для якісного відбору інформації за потрібними критеріями;

– теоретичний – для виділення та аналізу окремих сторін проблеми, що допоможе глибше проникнути в сутність досліджуваного явища.

– емпіричний – для спостереження, порівняння та експериментів, що допоможуть пізнати практичну сторону дослідження ;

– контент–аналіз – для виявлення чи виміру різних фактів і тенденцій, що стосуються дослідження.

Наукова новизна дослідження обумовлена тим, що вперше проводиться детальне дослідження та аналіз феномену інформаційного випуску новин на прикладі загальноукраїнських телеканалів «1plus1» та « ICTV».

Теоретична значимість: оскільки до цього часу предмет дослідження майже не вивчався, то завдяки висновкам, отриманим після закінчення проведення дослідження, майбутні дослідники матимуть змогу дізнатися та використовувати виявлену інформацію, тобто реалізувати отримані теоретичні знання на практиці.

Практична значимість: результати дослідження слугувати у майбутньому для написання журналістських матеріалів, рефератів за напрямком телебачення та проведення нових ґрунтовних досліджень.

Література

1. Дмитровський З.Є. Телевізійна інформація: теорія і практика: навчальний посібник / З.Є. Дмитровський. – Львів : ВЦЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 128 с.
2. Багіров Э.П. Основы телевізійної журналістики / Багіров Е.П., Юровській А.К., Борецький Р.С. – М.: Фенікс, 2007. – 276 с.
3. «1plus1» – телекомпанія. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: https://1plus1.ua/online
4. «ICTV» – телеканал. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://ictv.ua/ua/
5. Чекмишев О.В. Основи професіональної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. / О.В. Чекмишев. – К.: Видавничо–поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 123 с.
6. Чічановський А. А. Новина в журналістиці / А. А. Чічановський. –К.: Грамота, 2003. – 46 с
7. Гоян В.В. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста:автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / В.В. Гоян ; Київ. нац. Ун–т імені Тараса Шевченка. – К., 1999. – 23 с.
8. Горохов В.Н. Основи журналістської майстерності / В.Н. Горохов. – М.: Фенікс, 2009. – 276 с.

УДК 070.431.1:654.197(477.62) **Петряєва С. О.**

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ В ТОК-ШОУ ТА СПРИЙНЯТТЯ ЇЇ АУДИТОРІЄЮ (НА ПРИКЛАДАХ МІСЦЕВОГО ТЕЛЕКАНАЛУ «МТВ», УКРАЇНСЬКИХ КАНАЛІВ «ІНТЕР» ТА «ICTV)

У сучасних умовах, коли від числа реальних глядачів залежить прибуток телестудій, виникла конкурентна боротьба за увагу аудиторії. Для її залучення телеканали намагаються включати в сітку мовлення найбільш популярні, які мають успіх у глядача, програми. А

значить, від творців передачі потрібно не просто високий рівень професійної майстерності, а й абсолютно новий підхід до професії телевізійного журналіста, особливо до її творчої складової. Одним з найбільш рейтингових і затребуваних на сьогоднішній день жанрів є ток-шоу. Він активно розвивається як на центральних, так і на місцевих телеканалах. Його відмінна риса – видовищність, яка досяжна тільки при наявності багатого творчого потенціалу колективу програми. Ток-шоу з'єднує прийоми журналістики і сценічні прийоми. І кожен з учасників ток-шоу одночасно є персонажами із заданою йому роллю. Схема жанру досить проста і безпрограшна – герої, глядачі, ведучий, питання і відповіді. Але багато фахівців цього жанру вважають, наприклад, що запорука успіху ток-шоу – гумор. Герой повинен вміти сміятися над собою. За своєю суттю жанр має імпровізаційний характер.

Одним із найважливіших нюансів при створенні ток-шоу є особливості подачі інформації у ньому. Глядач повинен зрозуміти її основну ідею так, як того прагне ведучий телепередачі. Способів існує безліч, зокрема найдієвіше з них це формування «порядку денного» або акцентування уваги глядача на певній проблемі, транслювання певної передачі в прайм-тайм, якщо за мету взято, щоб її передивилася якнайбільша кількість людей, а також створення певного аудіального або візуального акценту в момент якоїсь програми, щоб привернути увагу аудиторії саме до цього факту або явища. Спрощення подачі обумовлюється недостатньою кількістю часу глядачів, специфічним способом їх мислення та аналізу даних. Способи інформування також залежать від тематики передачі, через яку безпосередньо відбувається комунікація. Сам процес їх коригування також може відбуватися з метою маніпулювання суспільною свідомістю, що не є допустимим з точки зору журналістської етики.

Актуальність теми обумовлена тим, що сьогодні одним із популярніших жанрів серед екранної журналістики є ток-шоу. Таку поширеність він завоював завдяки безпосередній наближеності до побутових проблем. Його аудиторія має право обговорювати тему прямо в студії, а ведучий, зазвичай, виступає в ролі народного героя, який знає все про повсякденності. Через те, що телебачення має інтерактивний характер, всі ці особливості втілилися в життя. Тепер не тільки глядач в студії, але і будь-яка людина, що знаходиться перед екраном телевізора у себе вдома на дивані може бути задіяна в дискусії, висловлювати свої за і проти, а найголовніше – телеведучий керує зміною цих почуттів і побудовою будь-якої точки зору.

Об'єктом дослідження даної роботи є ток-шоу як жанр сучасної телевізійної журналістики.

Предметом дослідження виступають способи подачі інформації в ток-шоу та їх психологічний вплив на телеаудиторію.

Мета магістерської роботи полягає у виявленні характерних особливостей подачі інформації в телевізійному ток-шоу та їх способи впливу на глядацьку аудиторію, сприйняття нею певних даних шляхом порівняння ток-шоу на регіональному («Мариупольское ТВ» (Маріуполь) та національних телеканалах («Інтері» та «ICTV»).

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд **завдань**, а саме:

- розкрити суть терміну «ток-шоу» та визначити його різновиди;
- визначити етапи підготовки ведучого до проведення передачі;
- проаналізувати особливості проведення ток-шоу на різних телеканалах;
- порівняти етапи підготовки шоу на різних телеканалах;
- визначити вплив інформації ток-шоу на його аудиторію.

Наукова **новизна** нашого дослідження полягає в тому, що достатньо мало ґрунтовних наукових робіт з приводу визначення особливостей подачі інформації в ток-шоу на місцевих та державних телеканалах, їх порівняння та визначення такого впливу на масову аудиторію.

Теоретичну основу магістерської роботи складають праці теоретиків і практиків телебачення з питань тележурналістики, масової комунікації, а саме праці Г. В. Кузнєцова [4], В. Л. Цвіка [6], В. Здоровеги [3], Н. В. Вакурової [2], Р. А. Борецкого [1], Г. Г. Почепцова [5] та ін. Цьому послугували цілісні і загальновизнані теорії, з якими ми цілком і повністю погоджуємося, а також використовуємо для обґрунтування своєї роботи. Наш вибір зупинився саме на цих джерелах, тому що вищезазначені науковці ретельно та детально займалися

питаннями телебачення, масових комунікацій, мають практичний та теоретичний досвід із зазначеної теми, а тому досконально обізнані в цьому напрямі. Вважаємо доречним використання робіт конкретно цих наукових діячів, які влучно допоможуть розкрити нам власне дослідження.

Дана робота є рекомендацією, аналізом виявлення характерних особливостей подачі інформації в ток-шоу та її вплив на глядацьку аудиторію, а також сприйняття цієї інформації постачальниками інформаційного продукту. Саме цим і обумовлюється його **практичне значення**. Дослідження може бути використано студентами та викладачами вищих навчальних закладів.

Література

1. Борецкий Р. А. Телевизионная журналистика // Р. А. Борецкий, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Высшая школа, МГУ, 2002. – 368 с.
2. Вакурова Н. В. Типология жанров современной экранной продукции: Учебное пособие / Н.В. Вакурова, Л. И. Московкин. – М. : Изд-во Московского университета, 1997. – 384 с.
3. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / В. Здоровега. – 2-е вид., перероб. і допов. – Л. : ПАІС, 2004. – 140 с.
4. Кузнецов Г. В. Ток-шоу : неизвестный жанр? / Г. В. Кузнецов. – М. : Журналист, 1998. – №11. – 68 с.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникаци / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-Бук, 2006. – 656 с.
6. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика : Учебное пособие / В. Л. Цвик. – М., 2004. – 382 с.

УДК 070.431.1:82-92:654.197(043) **Бєлоусова А. О.**

ІНТЕРВ'Ю ЯК МЕТОД ОДЕРЖАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ТА ХУДОЖНІЙ ПРИЙОМ У ТЕЛЕПРОГРАМАХ РІЗНИХ ФОРМАТІВ

Процеси демократизації суспільного життя, перехід до ринкової економіки, а також поява нових інформаційних технологій, кардинально видозмінили систему ЗМІ, істотно наблизивши її до споживача. Об'єктивні процеси, що відбуваються в країні в цілому і в медіа-просторі, зокрема, обумовлюють все зростаючий інтерес до питання про трансформацію жанру інтерв'ю і еволюційних процесів, характерних для художніх методів і прийомів в телепрограмах різних форматів.

Серед різноманітних методів збору інформації, телеінтерв'ю по праву вважається однією з базових методів, що дозволяє отримати відомості, максимально вирішити адекватні завданням, поставлені в журналістській діяльності. Найбільш точне визначення інтерв'ю як виду журналістської творчості дав у своїй книзі С.М. Ільченко: «Інтерв'ю – цілісний акт комунікації, що передбачає діалогічне спілкування журналіста з респондентом в ситуації послідовного чергування запитань і відповідей, з метою отримання інформації, думок і суджень, які становлять суспільний інтерес» [3, с. 10].

Характеризуючи специфічні особливості інтерв'ю (інтерв'ю в телеефірі, що не втрачає ціннісних в мас-медіа елементів природності і спонтанності), дослідники називають, перш за все, поліфонію, яка проявляється у великій різноманітності тем, у багатоголоссях співрозмовників, в пов'язаному з цим великим розмаїттям мовностилістичних засобів [3, с. 129-130]. Названі ознаки, на наш погляд, багато в чому зумовлюють інтерес до телеінтерв'ю як досить важливому об'єкту для дослідження. Мовлення під час інтерв'ю має складну, багатоярусну структуру і виступає в різних варіантах (різні стилі, жанри, розмовна і літературна мова, діалекти і соціодіалекти і т.п.).

Всі мовленнєві характеристики та інші компоненти мови сприяють успішному або неуспішному протіканню інтерв'ю.

З великого інвентарю можливих засобів мовленнєвої та не мовленнєвої комунікацій вибираються саме ті засоби, які представляються найбільш підходящими в даній ситуації [1, с. 80]. І головну роль в цьому відіграє інтерв'юер, як людина, яка направляє розмову.

Особливу увагу в теорії інтерв'ю слід приділити такому поняттю, як вплив. Д. А. Мальцева пише: «Мовленнєвий вплив – це те, що є рушійною силою діалогу, деяким запрошення до взаємодії» [1, с. 84]. Таким чином, навіть звичайне висловлювання, що не містить прохання або питання, вже вимагає відповіді самим фактом спрямованості до співрозмовника.

Як жанр, телеінтерв'ю в сучасному дискурсі ЗМІ відрізняється великою різноманітністю: це інтерв'ю короткі і розлогі, сенсаційні і «чергові», очікувані і ексклюзивні, проблемні і портретні. Зараз спостерігається оновлення цього жанру на телебаченні, що пов'язане, мабуть, з тим, що інтерв'ю в польовий структурі жанрового простору політичного дискурсу відноситься до вторинних жанрів.

Т.І. Попова змістовну зміну структури інтерв'ю вбачає в тому, що «сучасне телеінтерв'ю переакцентовує свої інтереси з предмета розмови на самого співрозмовника, що простежується в таких типах, як інтерв'ю з учасником події, інтерв'ю з професіоналом (експертом), інтерв'ю з особистістю» [2, с. 14]. На її думку, «сучасні телеінтерв'ю, що характеризуються «особисто-біографічним егбіціонізмом» учасників і посиленням ролі ведучого, відображають основні тенденції розвитку сучасної журналістики та інформаційно-комунікативного суспільства в цілому» [2, с. 220].

Інтерв'ю з повною впевненістю можна віднести до інформаційного діалогу, так як під час спілкування спостерігається обмін репліками між комунікантами, і даний вид тексту переслідує цілком конкретну і реалізовану з різного ступеня успішності мета – трансформація інформаційного та емоційного стану адресата. Реалізація даної мети інтерв'юером здійснюється за допомогою великого арсеналу мовленнєвих засобів, з використанням спеціальних прийомів і тактик.

Актуальність дослідження. Необхідність дослідження інтерв'ю як методу отримання інформації та як художній прийом в телепрограмах, на думку автора, обумовлена відсутністю сучасних теоретичних і практичних рекомендацій щодо інтерв'ювання і підготовці інтерв'ю у телепрограмах. Крім того, актуальність теми дослідження визначається потребою в аналізі та узагальненні сучасних тенденцій, що існують і розвиваються в комунікативному полі медіа засобів, а також недостатньою вивченістю різних жанрових модифікацій інтерв'ю, в тому числі такого типу інтерв'ю, як телеінтерв'ю, яке, як показує практика, має стійку тенденцію поширення в ЗМІ. У зв'язку з цим наростає потреба в комплексних дослідженнях телеінтерв'ю, що враховують сучасні наукові підходи та відкриття, при цьому відповідають сучасним потребам практичної діяльності медіапростору.

Мета роботи: Виявити специфічні риси інтерв'ю як методу отримання інформації та художній прийом телепрограмах різних форматів. Для досягнення мети слід виконати наступні ***завдання:***

- вивчити сутність, методи та етапи роботи над інтерв'ю;
- з'ясувати «ключові» моменти інтерв'ю, в яких невербальні аспекти взаємодії інтерв'юера і респондента мають найбільше значення;
- виявити специфіку роботи інтерв'юера в залежності від жанру інтерв'ю;
- розглянути інтерв'ю як художній прийом у телепрограмах різних форматів.

Предмет дослідження: інтерв'ю як метод одержання інформації та художній прийом у телепрограмах різних форматів, прийоми та специфіка взаємодії інтерв'юера і респондента.

Об'єкт дослідження: «ТСН» (телевізійна служба новин) на телеканалі 1+1, телепрограма «Світське життя» на тому ж телеканалі.

***Методи дослідження*:** комунікативно-психологічний аналіз, описовий, інтерпретація, контекстуальний аналіз, інтерв'ю, суцільна вибірка.

Наукова новизна роботи полягає у першому аналізі вербальних та невербальних аспектах телевізійних програм «ТСН» та «Світське життя». Виявлення особливостей інтерв'ю

в залежності від жанру програми. Практичне порівняння програм з використанням різних видів інтерв'ю.

Література

1. Мальцева Д. А. Общение как воздействие и диалог / Д. А. Мальцева // вестник челябинского государственного университета, №15. – 2007. – С. 80-88.
2. Попова Т. И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте / Т.И. Попова. – СПб: Издательство СПбУ, 2002. – 324 с.
3. Ильченко С. Н. Интервью в журналистском творчестве: Учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб.: Лаборатория оперативной печати фак-та жур-ки СПбГУ, 2003. – 410 с.

УДК 070.11:654.197 **Качекан А. О.**

ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ «ЕКСТРЕМАЛЬНОЇ» ЖУРНАЛІСТИКИ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ

При висвітленні катастроф, терористичних актів та подій екстремального характеру діють серйозні етичні обмеження для журналістів. Найбільша кількість обмежень стоїть перед працівниками телекомпаній. Як вважає професор В. Ф. Іванов, терористичні акти зазвичай здійснюються з розрахунком на їх розповсюдження у мас-медіа, що, на думку терористів, має створювати атмосферу жаху та підривати волю громадськості й силу держави щодо збереження спокою [3, 214].

Однією з провідних етичних проблем при висвітленні терактів залишається погоня за рейтингом. Переважання розважальної функції призводить до втрати моральних цінностей суспільства, фрагментарності сприйняття, споживання поверхневої і беззмістовною інформації та руйнування моральних принципів. В увазі цієї «зашореності мислення» терорист може сприймати обивателем як «герой, який шукає правду» [4, 12].

Етичні та професійні вимоги при збиранні інформації набувають особливої уваги в умовах екстремальних ситуацій, оскільки їх порушення може призвести до загострення ситуації та людських жертв.

Вимоги суспільства до працівників засобів масової інформації фіксують добровільно визнані останніми документи, що є джерелами етичних вимог. Документи журналістської етики фіксують нормативно-ціннісні вимоги до працівників ЗМІ, відображають не тільки ситуативно-мінливі поточні етапи моралі, а й закономірно-необхідні умови існування, її історичний розвиток. Документи з етики журналістики мають кілька видів. За «географією» впливу на журналістів можна виокремити міжнародні, національні, корпоративні, редакційні документи, що містять вимоги етики журналістів. Залежно від рівня узагальнення цих вимог розрізняють: принципи журналістської етики, декларації, хартії, кодекси, канони.

Декларація – це офіційно проголошені міжнародними організаціями основи і етичні принципи журналістів. Прикладом може бути Декларація обов'язків і прав журналістів, прийнята 1971 р. у Мюнхені представниками національних асоціацій журналістів країн ЄС, Швейцарії й Австрії, а також різних міжнародних організацій журналістів.

Хартії є документами, що фіксують не етичні права, а добровільно взяті на себе обов'язки журналістів. Так, 4 лютого 1994 р. група відомих журналістів Росії підписала Московську хартію журналістів, де в преамбулі зазначено: «Ми скріплюємо своїми підписами цю Хартію і беремо на себе взаємні обов'язки» [1, 20].

У зв'язку з тим, що декларації та принципи здебільшого містять етичні цінності журналістів, мають загальний характер і стосуються журналістів багатьох країн світу, то найчастіше – це міжнародні нормативні документи з журналістської етики. До національних джерел журналістської етики належать переважно канони і кодекси.

Кодекси – це документи, що містять національні систематизовані моральні цінності, норми журналістської етики і правила поведінки, наприклад, Кодекс професійної етики українського журналіста в редакції 1997 р., зі змінами, внесеними на Х з'їзді Національної спілки журналістів України 18 квітня 2002 р.

Канони – це чітко визначені принципи і норми журналістської етики. Наприклад, Канони журналістики, прийняті Американським товариством редакторів газет у 1923 р.

Як стверджує фінський дослідник Ларс Браун, першим документально зафіксованим етичним документом був шведський Кодекс етики журналістів (1899), що не був тоді широко поширений [3, 13].

Першим визнаним етичним національним документом журналістів уважають «Хартію професійних обов'язків французьких журналістів», прийняту французьким Національним синдикатом журналістів у 1918 р.

Більшість перших національних кодексів перебувала під впливом концепції свободи преси, що виникла на початку XX ст. Джерелами цієї концепції є ідеї Дж. Мільтона, Т. Джефферсона, Дж. Мілля. Відповідно до неї у багатьох національних кодексах журналістської етики було записано, що преса контролюється самотужки процесом встановлення істини на вільному ринку ідей; у ній заборонені наклеп і непристойності; преса несе відповідальність перед суспільством і зобов'язана загалом відображати інтереси громади. Отже, вже перші кодекси етики журналістів зафіксували вищі цінності: свободу слова і право всіх людей на отримання інформації.

На міжнародній зустрічі журналістів у Гонолулу в 1921 р. американець Дж. Броун запропонував прийняти розроблені ним міжнародні правила поведінки журналіста «Кодекс етики і норм журналістської практики». Тоді його проект не підтримали.

Організація Об'єднаних Націй, як стверджує В. Здоровега, схвалила Кодекс журналістської етики 1950 р. Цей міжнародний документ містить, зокрема, такі етичні норми: точність, вивіреність інформації, недопустимість використання журналістики в особистих інтересах, наклепу, дезінформації, плагіату. Журналіст має право не виконувати завдання, що суперечить його гідності й честі, підриває репутацію іншої особи [2, 376].

Чинним міжнародним документом етики журналістів є Міжнародні принципи журналістської етики, прийняті на четвертій Консультативній зустрічі міжнародних і регіональних журналістських організацій, яка відбулася в 1983 р. спочатку в Празі, а згодом – у Парижі. На ній, зокрема, були присутні представники Міжнародної федерації журналістів, до якої в 1992 р. увійшла Спілка журналістів України, члени котрої тепер повинні дотримуватися Міжнародних принципів журналістської етики, що називають ще «демократичним мінімумом сучасного журналіста».

Попри велику кількість етичних кодексів, канонів та настанов ми майже не щодня стикаємося із порушенням основних етичних вимог у телевізійних сюжетах. В такому випадку ми мусимо говорити про відсутність у багатьох представників мас-медіа певних внутрішніх гальмівних механізмів, які б не дозволяли використовувати кров і людські трагедії для підняття власних рейтингів.

Література

1. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста / Д. С. Авраамов. – М.: Мысль, 1991. – 158 с.
2. Іванов В. Ф. Журналістська етика: Підручник / В. Ф. Іванов, В. Є. Сердюк [2-ге вид., випр.]. – К.: Вища школа, 2007. – 231 с.
3. Здоровега В. Й. Вступ до журналістики / В. Й. Здоровега. – Л.: Наука, 1995. – 578 с.
4. Зусин В. Я. Этика и этикет общения: Учебное пособие для студентов вузов и техникумов / В. Я. Зусин [3-е изд., перераб. и доп.]. – Мариуполь: Издательство «Рената», 2006. – 272 с.

УДК 654.191ФМ(447.62-2Мар) **Крупій В. В**.

КОМЕРЦІЙНЕ ФМ-РАДІОМОВЛЕННЯ М. МАРІУПОЛЯ: ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК

В 1991 році, з проголошенням України незалежною країною трапилися ретельні зміни майже у всьому. Разом з цим, на новий рівень розвитку вийшли й всеукраїнські та регіональні

радіомовлення. За географічним правилом зближення інтересів цікавіше, звичайно, розглядати територію якомога ближчу до себе. Тому й було взято місто Маріуполь. Вже пішов третій десяток років як в місті почали з'являтися перші комерційні радіостанції. Почалася активна переробка радіомовлення, яка виявлялася у збільшенні кількості програм в ефірі та робочих місць на радіо, але людство найбільш вразила його сучасність мовлення, яка проявлялася в подачі новин.

Дана робота присвячена дослідженням, лежачим в галузі радіожурналістики, і стосується вивчення виникнення і розвитку комерційного ФМ-радіомовлення.

Актуальність теми дослідження полягає у тому, що в роботі будуть розглядатися поява перших комерційних радіостанцій на території України, але увага прилягатиме більше до появлення такого мовлення в м. Маріуполі. Комерційне ФМ-радіомовлення і є актуальною темою для дослідження. Адже саме радіомовлення є найефективнішим джерелом інформування суспільства. У багатьох країнах, регіонах і містах радіомовлення є одним з найважливіших засобів масової інформації. Україна ж включає в себе широкий спектр радіостанцій, які інформують людей певною для себе аудиторії.

Мета даної курсової роботи полягає в глибокому вивченні комерційних ФМ-радіомовлень, їх виникненні та розвитку, специфіці та функціонуванні.

В **завдання** курсової роботи входить:

- виявити становлення комерційного ФМ-радіомовлення в м. Маріуполі та України загалом;
- визначити особливості функціонування комерційного радіомовлення Маріуполя;
- проаналізувати розвиток приватного радіомовлення;
- охарактеризувати діяльність комерційного радіомовлення.

Предметом дослідження слід вважати вивчення основних принципів роботи комерційного радіомовлення та його формування програмної стратегії, симбіоз форматів, особливостей контенту, застосування новітніх технологій.

Об'єктом дослідження курсової роботи є комерційне ФМ-радіомовлення міста Маріуполя та України загалом: структура, розвиток, перспективи, особливості функціонування.

Для отримання необхідних результатів на теоретичному та практичному рівнях вивчення комерційного радіомовлення були застосовані такі **методи дослідження**, як аналіз, історичний метод, системний підхід, метод дослідження роботи комерційних радіостанцій.

Дана тема малодосліджена, тому і виник інтерес до її дослідження. Цю тему можна досліджувати як на прикладах минулих дослідників та вчених, так і на прикладах нових комерційних радіостанцій. Також матеріали з неї можна використати при подальшому розкритті комерційних ФМ-радіомовлень.

Теоретичне значення даної курсової роботи полягає в тому, що в ньому задіяний аналіз самого ефіру комерційного радіомовлення, а саме його структуру, контент, особливості функціонування, якими виступають застосування новітніх технологій, формування програмної стратегії, симбіоз форматів. Він (аналіз) може бути використаний в подальшому вивченні цієї теми стосовно міста Маріуполя, а також інших міст України. Тобто у написанні різних збірників з історії журналістики, також у викладанні предмету «історія журналістики», у подальшому, ще більш поглибленому дослідженні теми комерційного ФМ-радіомовлення м. Маріуполя.

Практичне значення даної роботи міститься в узагальненні функціонування комерційного ФМ-радіомовлення в Маріуполі. Також дослідження ефірного контенту на прикладах сучасних комерційних радіостанцій міста Маріуполя, а саме: «Ретро FM», «Наше радио», «Радио Пятница», «Русское радио», «Best FM», «Перец FM», «Kiss FM», «Радио Roks», «Мелодия», «NRJ», «Авторадио», «Шансон», «Хит FM».

Розглядалась дана тема багатьма **дослідниками**, серед яких можна виділити Олеся Гояна, Віктора Грамматікова, Василя Лизанчука, Марину Чаткіну.

Щодо історії маріупольського радіо, то з появою комерційних радіостанцій почався значний переворот у сфері інформування. Адже перші інтерактивні проекти слухачам подарувала радіостанція, яка вперше розпочала вести прямі ефіри ще в 1996 році на частоті

105.3 та мала назву «Лавенсарі» – перше місцеве радіо Маріуполя. Воно пов'язало свою діяльність та розвиток з відомими маріупольськими радіоведучими, якими були саме Костянтин Черкашин, Ігор Панасенко та Роман Толстих.

Незадовго після створення першої радіостанції слідують й наступні, які також поступово починали свій розвиток та займали свої місця в мережі радіо. Створювались навіть Великі мережеві радіостанції, які транслювали нові програми та своїм існуванням об'єднували не тільки міста, а й країни. Прикладом цьому може послугувати Велика мережева радіостанція в м. Маріуполі «Europa Plus», яка з 1997 року на частоті 104.0 FM вперше вийшла в ефір та тим, що застосовувала включення з київських та московських ефірів об'єднувала дві країни, а саме Україну та Росію. Але в 2012 році на станцію нагрянули певні зміни, вона була замінена відомою на території України радіостанцією «Авторадіо».

З настанням «двохтисячних» розвиток радіомовлення не завершився, а навпаки розширювався. З'являлося безліч радіостанцій, які мали свою особливу методику мовлення та інформування людства. Як приклад можна навести такі радіостанції, як «Radio One», «Юмор FM», «Радіо 5», радіо «Алла», «Love радіо Україна», «Хіт FM-Україна», «Люкс FM-Київ», «Наше радіо», «Взрослое радио «Шансон». Пізніше були ще й «Ретро ФМ», «Ера FM», «Kiss FM», радіо «Рокс Україна».

Як у своїй праці пише Олесь Яремович Гоян – професор та доктор філологічних наук, що, коли створювалися потужні радіомережі й радіохолдинги українське комерційне радіомовлення подолало шлях еволюції від «містечкового» радіо до засобу масової інформації.

Виступають наукові положення, що, звісно, і є основою концепції розвитку комерційного радіомовлення в умовах його виникнення та розвитку. Ґрунтуються ці положення на технологіях функціонування комерційного радіоефіру. Також вони дають змогу розширити уявлення радіожурналістики про досягнуті можливості українського радіо. Якщо задаватися таким питанням, як «Що ж взагалі означає комерційне радіомовлення?», то можна зазначити, що це радіостанції, які отримують певний прибуток з продажу своєї роботи, тобто самого ефірного часу.

Тема «Комерційне ФМ-радіомовлення м. Маріуполя: виникнення та розвиток» є достатньо цікавою для дослідження, тому в ній і розглядаються вище перераховані перспективи. Хоча Маріуполь і не є столицею, обласним містом чи якимось мегаполісом, він має доволі таки активний розвиток комерційного радіомовлення. На сьогоденному досягненні місто не збирається зупинятися, адже задля кращого потрібно «робити кроки» лише вперед і тільки.

Література

1. До встречи в эфире! Из истории телевидения и радиовещания в Мариуполе / В.Грамматиков, Н. Андреева, С. Бесчётникова, Н. Токарский. // ЧАО "Газета Приазовский рабочий". – 2016. – С. 30-43.
2. Гоян О. Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоефірі: Монографія / Олесь Яремович Гоян. – Київ: Інститут журналістики, 2005. – 319 с.
3. Гоян О. Я. Становлення радіоформатів на українському радіоринку // Телевізійна й радіожурналістика / Олесь Яремович Гоян. // вид. Львів. ун-ту. – 2003. – №5. – С. 69-77.
4. Гоян О. Звуковий образ комерційного радіомовлення: особливості формування / Олесь Яремович Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. – К.: Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту імені Т.Шевченка, 2004. – Т. 18. – С. 52-58.

УДК 654.195-52(043) **Хаджинова Е. Д.**

СПОСОБИ ТА МЕТОДИ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ СЛУХАЧА НА РАДІО

Мовлення ведучого поряд з іншими засобами є одним із найважливіших виражальних засобів на радіо. Дикторський текст, а також засоби , які використовує радіоведучий у своєму

мовленні , є одним з чинників завдяки якому слухач сприймає рішення про те, якій радіостанції він віддасть перевагу.

Актуальність саме завдяки емоційному впливу на радіо, слухач засвоює інформацію яку чує на радіостанції , іноді дуже правильні емоції , правильно поставленні слова та темп можуть зіграти ключову роль, в першу чергу для аудиторії яка слухає, тому що тільки завдяки цим аспектам і якщо їх застосовують правильно, слухач може або зрозуміти та мати бажання дослухати інформацію, або просто не звернути увагу та навіть не запам'ятати те, що говорилося. Особливо, інформація завдяки емоціям не повинна подаватися «важко» . Радіо журналіст це та людина яка і є впливом на аудиторію.

На сьогоднішній день дана тема актуальна тому що, дуже багато радіостанцій не вміють втримати свою аудиторію так, як, вони дуже «важко» подають всю суть інформації, та зовсім не можуть передавати емоції за допомогою голосу . Чим краще та приємніше слухати радіожурналіста, тим зрозуміла буде інформація та її сприйняття. Саме вміння говорити радіожурналістів є проблемою на радіо зараз.

Людина яка доносить до слухачів інформацію на радіо завжди повинна правильно володіти методами впливу на слухача, завдяки емоціям які він може передати лише за допомогою слів та правильна інтонація може стати чинником чи залишиться ця інформація почутою зрозуміло для слухача.

Об'єктом є радіопередачі на радіостанції «Громадське радіо» : « Правда проти політиків», « П'ята графа» , « Ранкова хвиля».

Предмет дослідження програмний контент радіостанції «Громадське радіо».

Мета дослідження дослідити роль і значення виражальних засобів радіомовлення у процесі засвоєння інформації радіослухачем.

Завдання дослідження :

- проаналізувати праці українських та зарубіжних дослідників із заданої теми;
- дати пояснення основним поняттям, що використовуватимуться у дослідженні;
- проаналізувати використання мовних засобів контакту і впливу на аудиторію у розмовних передачах «Громадського радіо».

Теоретична частина в можливості використання результатів дослідження в подальшому вивченні теми та розробці практичних порад при створенні аудіопродукту.

Практична частина полягає у поліпшенні якості радіопрограм що виходять в ефірі , використання різних емоційних та виражальних прийомів при створенні програм для ефіру радіо.

Голос людини – володіє здатністю с перших хвилин звернути увагу іншої людини на інформацію яку чує та навіть запам'ятати її.

В програмній продукції радіоефіру, на радіостанціях застосовуються різні технології та методи. І так як інформацію на радіо також можна віднести до ЗМІ, ця інформація має бути не тільки цікавою завдяки інформативності, але і правильно передаватися завдяки голосу журналіста в ефірі, так як вона подається радіожурналістом і слухач його тільки чує ,потрібно застосовувати методи які будуть правильні для повної передачі інформації. Застосування саме голосових методів задля передачі всієї повноти інформації, є одним із головних чинників чи зрозуміє слухач те, про що говориться.

Звук в радіомовленні, грає дуже важливу роль для передачі змісту інформації. Поєднання слухового впливу, дозволяє журналісту передати інформацію для слухача так, щоб це можна було уявити те , про що чує слухач. Є багато чинників які застосовуються.

Інтонація є одним із головних чинників . Це допомагає слухачу розрізняти питання , або грубість . До інтонаційного оформлення радіожурналіста входять : тон, ритм , логічні паузи , тембр, висота голосу та інші .

Не мало важливим є факт правильної висоти голосу радіожурналіста. Він повинен бути ні гучним і не тихим .

На радіо слухач нажаль не бачить журналіста а лише чує , тому голос для журналіста на радіо повинен бути його інструментом для сприйняття слухачем правильно інформації, та

цікаво. Також кожен радіожурналіст повинен знати можливості свого голосу. Це не тільки природні дані але й емоції .

Література

1. .Звуковий образ комерційного радіомовлення: особливості формування: [Електронний ресурс] / О.Я. Гоян // Електрона бібліотека КНУ імені Тараса Шевченка-2002.–1с.–Режим доступу http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article...
2. Засоби творення та редагування звукової метафори в сучасному радіодискурсі : [Електронний ресурс] / Н. О. Ковтун. // Електрона бібліотека КНУ імені Тараса Шевченка – 2006.–4с– http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article..
3. Микитенко А. М. Основи радіожурналістики / А. М. Микитенко. – Х. : ХНУ, 2003. – 25 с.
4. Ширель А. А. Аудикультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию: Очерки / А. А. Ширель. – М. : Прогресс-Традиция, 2004. – 576 с.

УДК 070.431.1:654.197(477) Крамська Е. Р.

ЕВОЛЮЦІЯ ПІСЕННИХ КОНКУРСНИХ ПРОГРАМ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ.

Телебачення, маючи свої певні можливості стало згодом замінювати всі інші засоби масової комунікації. У телебаченні велику роль грає «ефект присутності», тим самим викликаючи емоційний вплив на аудиторію, якій глядач отримує з повною віддачею ніж від радіо або друкованого видання. Кожна програма по-своєму унікальна і по різному діє на аудиторію. За останні кілька років пісенні конкурсні програми, такі як «Х-фактор», «Голос країни» та багато інших, стали популярні серед людей телевізійників. Ці програми даного контенту, донині займають частину нашого повсякденного життя і продовжують тримати свою мету для аудиторії, якій є розважальною. Передачі даного типу, для аудиторії, сприймаються як відпочинок і відволікання від повсякденних турбот, навколишніх проблем і подразників. І саме розважальні програми займають одне з центральних місць в системі українського телебачення, бувши одним з популярних типів контенту.

Нині подібні програми є **актуальними**, тому що завдяки викликаній емоційної реакції телеглядачі відволікаються від суєти отриманої в перебігу дня, що сприяє заспокоєнню і відновленню гарного настрою. Також це є актуальним для молоді, тому що як раз більшість молодих учасників бере участь у таких культурних проектах в Україні. [3, с. 223-228.] Існує достатня кількість українських пісенних програм, але аналогом де як пісенних конкурсів взяті з закордонного телебачення. Наприклад, такі програми як «Голос країни» на каналах «1 + 1» і «Х-фактор» на каналі «СТБ».

«Голос країни» – це головне вокальне шоу України, яке відкриває співочі таланти, аналогом формату «Голос Голландії», який вперше з'явився в ефірі голландського ТБ на каналі RTL в 2010 році. Ця передача відрізняється від інших вокальних телевізійних шоу тим, що судді вимагають високий рівень до вокалу. Участь артистів в проекті вирішують телеглядачі шляхом SMS-голосування. Учасник, який набрав найбільшу кількість глядацьких голосів в кожній команді, проходить у наступний тур. Той учасник, який виграє отримує контракт з компанією звукозапису Universal Music. Наступна вокальна програма «Х-фактор» на каналі «СТБ». [1]

Наступна вокальна програма «Х-фактор» на каналі «СТБ». українська версія британського проекту музичного шоу талантів, основною метою якого є пошук і розвиток пісенного таланту конкурсантів. Кастинги шоу проходять по багатьох містам України. У світло вокальна програма вийшла каналі СТБ 4 вересня 2010 року. Пройшовши кастинг кожен з учасників виконує тільки одну пісню перед аудиторією в студії та суддями, іноді виступи супроводжуються хореографічними постановками. Після судді критикують і коментують виступ, але при цьому суддя захищає свого учасника від критики суддів-суперників. Пізніше проводитися голосування де вирішується доля конкурсантів. Дійшовши до фіналу зможуть лише двоє і

суперфіналі голосування закривається, і оголошується переможець програми. Переможець проекту отримає просування в кар'єрі і грошовий виграш. [2]

Мета - виявити особливості розвитку конкурсних пісенних шоу від початку до сьогодення.

Для виявлення особливості еволюції пісенних конкурсних програм на українському телебаченні, слід проаналізувати і визначити відмінності і подібності програм, таких як «Голос країни» на каналі «1 + 1» і «Х-фактор» на каналі «СТБ». І щоб покращити і закріпити результат, необхідно порівняти українські програми по їх закордонним аналогом.

Об'єктом дослідження є еволюція пісенних конкурсних програм на українському телебаченні.

Предметом досліджень будуть використані українські телепрограми «Голос країни» на каналі «1 + 1» і «Х-фактор» на каналі «СТБ».

Практична і теоретичне значення буде полягає в тому, що результати можуть бути використованні в дисциплінах ВУЗу, таких як «Телевізійних фах», та можуть бути використані для подальшого розвитку і створення нових пісенних програм.

Провівши дане дослідження, можна дізнатися з чого ж почалося створення пісенних конкурсів, які змінення і виправлення відбувалися з самого початку створення і на теперішній час.

Література

1. Офіційний сайт проекту «Голос країни». 14.09.2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://1plus1.ua/ru/golos-krainy
2. Офіційний сайт проекту «Х-фактор. 25.09.2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://xfactor.stb.ua/ru/
3. Шимчик З. М. Телевізійні пісенні конкурси як культурний феномен сучасної України // З. М. Шимчик // Питання культурології. – 2013. - Вип. 29. - с. 223-228.

УДК 070:316.774]:004 **Жихарева Т. Ю.**

СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО САЙТУ ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ, ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Існують різні точки зору на комунікативну природу інтернету. Одні вважають, що у всіх своїх проявах це засіб масової інформації, так як дозволяє поширювати останню на необмежене коло реципієнтів. Інші впевнені, що мережа - це безліч сайтів, кожен з яких має свою аудиторію, а тому вона ефективна тільки як засіб групової комунікації.

Актуальність цього дослідження полягає в тому, що поява інтернету змушує заново осмислювати раніше сформовані поняття та категорії в міркуваннях про ЗМІ, по-іншому поглянути на традиційні комунікації.

Мета дослідження – визначити сайт навчального закладу як засіб масової інформації.

Об'єктом дослідження є сайт кафедри соціальний комунікацій факультету філології та масових комунікацій Маріупольського державного університету.

Предметом є сайт навчального закладу, як засіб масової інформації.

Новизна полягає у виявленні загальних ознак сайту освітнього закладу і засоби масової інформації.

З появою мережі інтернет дослідники почали переосмислювати традиційні міркування про ЗМІ, по-іншому розглядати звичні нам комунікації.

Не існує єдиної думки з приводу комунікативної природи інтернету. Одні вважають, що інтернет апріорі є засобом масової інформації, інші запевняють, що мережа – це сукупність різних сайтів, не всі з яких можливо віднести до засобів комунікації [3].

Проте, інтернет є новим медійним середовищем, засобом поширення і отримання інформації. Він включає в себе різні види соціальних комунікацій, але сам не є одним з цих

видів. Він повинен бути визначений низкою соціальних, нетехнологічних ознак, які будуть характеризувати не тільки канал комунікації, а й учасників, зміст, його цілі і результати.

На перший погляд інтернет-магазини, пошукові системи, онлайн-видання та електронна пошта – все це різні явища. Всі вони є соціальними комунікаціями, тобто є способом зв'язку між людьми для поширення і отримання інформації, а також обміну їй. Але це різні комунікації [2].

Соціальні комунікації можна визначити, завдяки таким ознакам:

- спрямованість і масштаб поширення;
- за територіальним охопленням (глобальні, загальнонаціональні, локальні);
- за ступенем відкритості: публічні / непублічні;
- за сферою функціонування: політичні, економічні, освітні тощо;
- за тематикою: універсальні, багато-тематичні і спеціалізовані.
- по предмету відображення – про життя соціуму або про діяльність суб'єкта комунікації;
- виконуваних функцій, пов'язаних з контентом – керуючі, які консультують, просвіщати, що переконують, що розважають;
- по наявності / відсутності синхронної зворотного зв'язку – зі зворотним зв'язком і без нього [3].

Інформаційний сайт містить у собі сайт-візитку і корпоративний сайт, але має більш широкі можливості, більш складний і ексклюзивний дизайн і більшу кількість сторінок. Інформаційний сайт може стати джерелом інформації в освітній сфері діяльності [1].

Оскільки головним завданням сайту освітнього закладу є подача повної, регулярної та актуальної інформації, в якій зацікавлені потенційні користувачі, то його можна віднести до засобів масової інформації. Для того, щоб модернізувати сайт навчального закладу в засіб масової інформації, необхідно при створенні сайту дотримуватися структуру сайту традиційних інтернет-медіа:

- стрічка новин;
- про нас (детальна інформація про компанію, вихідні дані);
- контакти (зворотний зв'язок) [2].

При створенні інформаційного сайт навчального закладу, ми повинні враховувати, що він повинен бути публічним, локальним, освітнім, спеціалізованим, просвітним сайтом, що дає нам всі підстави віднести його до засобів масової інформації. Таким чином, сайт навчального закладу буде відповідати перерахованим вище ознаками засоби масової комунікації.

Література

1. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR / А. Б. Зверинцев. – СПб, 1997. – 228 с.
2. Костыгова А. Сетевые СМИ: занимательная типология / А. Костыгова // Мир интернет. – 2002. – № 4 – С. 67.
3. Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – М: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

УДК 070.431.1:654.195

Донєва М. Р.

АВТОРСЬКА ПРОГРАМА, ЯК РЕЗУЛЬТАТ ВТІЛЕННЯ АВТОРОМ ЗАДУМУ В ЕФІРНИЙ РАДІОПРОДУКТ НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «ЯК ВИЖИТИ В СІМ'Ї»

ЗМІ виділяє кілька титанів, на яких тримаються медіа і, за допомогою яких вони поширюють інформацію. Преса, радіо, телебачення і, з недавніх часів, інтернет – основні способи публічної передачі інформації. Медіа всього світу використовують ці засоби, для того, щоб знаходити зв'язок з аудиторією.

Аудіовізуальні ЗМІ є найпопулярнішими на даний момент, в той час як друкована преса відходить на задній план, а інтернет-видання, лише набирають оберти. Радіо, як канал передачі

інформації, бере свій початок з появи першого радіоприймача в XIX столітті, а потім розвивається, здобуває нові можливості, стаючи доступним і простим у використанні, і виходить на новий рівень освіти аудиторії.

Радіо є одним з найбільш доступних та оперативних. Для отримання інформації з його допомогою, необхідно лише мати радіоприймач, який легко налаштовується на потрібну хвилю.

З усіх ЗМІ радіо є найбільш зручним («невибагливим», «комфортним») засобом для сприйняття аудиторією того, що відбуваються в суспільстві. Прослуховування радіо, як правило, не вимагає відмови від повсякденних справ, його можна поєднати з виробничою зайнятістю, і з побутовими реаліями. Колосальна частина аудиторії радіо у всіх напрямках мовлення – від музичних програм, випусків новин до передачі літературно-драматичний композицій і «радіокниг» – складають автомобілісти та їх пасажири. Більш того, різноманітність інтересів саме цієї частини аудиторії стимулювало значне розширення жанрово-тематичних параметрів мовлення. Це сприяло збільшенню кількості сучасних форматів радіостанцій, число самих радіостанцій, більш чіткої адресної, змістовної спрямованості та диференціації інформації [1].

Радіо, як і будь-яке інше ЗМІ, представляє великий спектр різноманітних форм передачі повідомлень, від серйозних новинних програм, до розважальних шоу або рекламних оголошень. Це залежить від характеру інформації, її значущості, на кого вона спрямована і мета, яку вона за собою несе. Також, на тон її подання впливає час ефіру і особа, яка її освітлює.

Серед всієї лінійки різноманітних радіо-програм, чимале місце займає авторська програма, яка в останні роки набирає все більшу популярність. Вона становить великий інтерес для аудиторії, так як все її інформаційне наповнення відображає запити слухачів, та повідомлення, які вона передає, підбираються на основі уподобань публіки.

Для створення авторської програми потрібно чималий досвід роботи в даній сфері, так як автор є одночасно творцем і виконавцем проекту. Саме він повинен продумати і вирішити всі технічні питання, а також наповнити свою програму корисною та актуальною інформацією, яка буде мати попит у аудиторії. Творець виконує кілька ролей для втілення своєї ідеї в життя, так як саме він знає всі нюанси свого замислу. Тільки автор цілком відповідає за виробництво свого продукту і саме на ньому лежить відповідальність за його розвиток. Однак перш ніж вийти в ефір, авторська програма повинна пройти перевірку у головного редактора, і тільки після цього нести інформацію в маси.

Для реалізації авторської радіопрограми необхідно враховувати особливості підготовки.

Перш ніж приступати до розробки програми, необхідно вибрати тему, яка буде освітлюватися. Автор повинен добре розбиратися в ній, але при цьому також враховувати запити аудиторії. Для того, щоб потреби слухачів були задоволені, необхідно вміти спілкуватися зі своєю публікою, налаштовувати зворотний зв'язок з нею, прислухатися до її думки і швидко реагувати на усі відгуки і зауваження.

Також, для того, щоб авторська програма надовго затрималася в інформаційному просторі і не загубилася серед подібних їй, вона повинна мати ряд особливостей і властивостей, завдяки яким вона стане такою, що запам'ятовується. Саме креативний підхід до її створення, індивідуальність і нестандартність, стануть візитною карткою авторської програми і допоможуть підняти її рейтинги.

Авторська програма має більш вільної характер і не так сильно оточена рамками, ніж звичайна програма. Її автор сам вільний вибирати теми для освітлення, музичне наповнення, гостей. Він може дозволити собі деякі шуми та жарти.

Отже, пройшовши крізь призму своєї багаторічної історії, радіо і в XXI столітті залишається актуальним. Серед всіх каналів масової інформації, радіо є найоперативнішим і невибагливим, тому користується попитом у багатьох верств населення. мають великий діапазон жанрів, яких вони дотримуються, і тем, які вони висвітлюють. З розвитком такого засобу масової інформації, як радіо, багато авторів, які виношували свою ідею на протязі декількох років, змогли втілити її в життя, створивши свою авторську програму. В останні часи

вона все біль здобуває популярність і стає невід'ємною частиною кожного радіоефіру через те, що представляє великий інтерес для аудиторії.

Література

1. Барищева Е. Особенности авторских развлекательных программ на радио Великий Луг и Ностальжи [Электронный ресурс] / Е. Барищева. – Электрон. текстовые дан. – Запорожье, 2010. – Режим доступа: http://www.referats.pro/journalism/10311-osobennosti-avtorskih-razvlekatelnyh-programm-na.html (17.12.2017)
2. Радиожурналистика техника / [Д. С. Барабаш, Л. Д. Болотова, В. В. Гаспарян и др.] ; под ред. Шереля А. А. – М. : ИЗДАТЕЛЬСТВО МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА, 2000.

УДК 070.446:654.197

Гаков М. М.

СПОРТИВНИЙ РЕПОРТАЖ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ОСОБЛИВОСТІ І ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ

Після досить тривалого перехідного періоду в сучасній українській спортивній журналістиці, жанр спортивного репортажу, переживає нову фазу. Вже сформувавшись як жанр, він стає знову затребуваний масовою аудиторією, тому дуже важливо виявити йог особливості.

Взаємодія спорту з різними засобами масової інформації дозволили спортивному телемовленню вийти на передній план телевізійного сегменту ЗМІ. Велика увага приділяється не тільки трансляціям спортивних подій, їх аналітичним оглядам, а й спортивним репортажам в новинних випусках.

Блоки новин займають важливе місце в структурі роботи всіх телеканалів і спортивне мовлення не є винятком. Спортивний репортаж часто виступає як один із підрозділів телерепортажу або в якості окремого випуску на спеціалізованих спортивних каналах.

Репортаж є одним із домінуючих жанрів спортивної журналістики. Багато наукових досліджень присвячено саме цьому питанню. Так, наприклад Лаврик О. В. дає наступне визначення: «спортивний репортаж – це оперативний інформаційний жанр, в якому яскраво розповідається про спортивну подію (ситуацію чи явище)».

Спортивна журналістика в Україні хоч і перебуває на стадії розвитку до сьогодні, проте рівня сусідньої Європи ще не досягла. Прагнення до високих рейтингів та перепрофілювання багатьох телеканалівна розважальні програми, призвела до знищення на загальноукраїнських каналах конкуренції у спортивному сегменті. Все це призвело до поступового зникнення з телепростору багато інформаційних випусків спортивних новин. Так в Україні є лише три спортивні канали «Футбол», «Футбол+» та «XSport», крім того спортивно-аналітичні передачі виходять на таких каналах як «2+2», ТРК «Україна» та деяких регіональних телеканалах.

Вивченню спортивної журналістики приділено значну увагу. Здебільшого це праці, що розкривають питання особливостей висвітлення окремих видів спорту, присвячені історії спортивної журналістики, окреслюють особливості окремих жанрів, які найчастіше використовуються в спортивній журналістиці, досліджують різновиди спортивної журналістики (найбільше це стосується пресових медіа), акцентують увагу на особливостях мови спортивних ЗМІ, розкривають іміджеві характеристики спортивної журналістики тощо. Комплексних досліджень спортивного телевізійного репортажу з-поміж розглянутих нами праць дуже мало. Особливо це стосується питань спортивної журналістики на місцевих телеканалах.

Спортивна журналістика має свою специфічну аудиторію, яку називають любителями спорту. Цю аудиторію можна умовно розділити на при групи: спеціалісти, тобто люди які безпосередньо зайняті в спортивній індустрії (спортсмени, тренери, спортивні чиновники, журналісти та ін.), а також активні та пасивні вболівальники [1, с. 277].

Об'єктом дослідження став спортивний репортаж на маріупольському телеканалі «Сигма» та всеукраїнському телеканалі «Україна».

На телеканалі «Сигма» спортивний контент презентований інформаційним випуском новин «Зеркало» (з вівторка по п'ятницю о 18:45, 20:30) та інформаційно-аналітичним – «Дзеркало тижня» (щонеділі о 18.00, 20.30). Крім того кожен понеділок о 19:15 виходить окремий блок новин – «Спортивная арена» [2].

Спортивні новини на телеканалі «Україна» є складовою щоденних інформаційних випусків «Сегодня» (з понеділка по п'ятницю о 19:00) [3].

Оцінюючи вечірні випуски новин на телеканалах «Сигма» та «Україна», можна зазначити, що спостерігаються як схожі тенденції у висвітленні спортивної інформації так і зовсім різні – у поданні інформації та її змісту. Так на обох телеканалах блоки спортивних новин подаються наприкінці інформаційних випусків, тому прихильна аудиторія точно знає, коли чекати потрібної інформації.

Так як телеканал «Сигма» є регіональним телеканалом, то відповідно, у новинах висвітлюються спортивні події міста Маріуполь та прилеглих населених пунктах. Як правило програма складається з кількох повноцінних відео сюжетів, інколи це можуть бути усні повідомлення. Спортивних новин подані у вигляді репортажу, рідше це спортивні огляди.

На телеканалі «Україна», як правило висвітлюються спортивні новини України та світу. Підібраний матеріал як правило не великий за обсягом, однак відзначається насиченістю, актуальністю та оперативністю інформації. При цьому журналісти використовують наступні жанри: репортаж, відео замітка та огляд.

В ході аналізу новин на телеканалах «Сигма» та «Україна» було встановлено, що вони при висвітленні спортивної тематики, в недостатній мірі використовують такий жанр журналістики, як репортаж (але саме він дозволяє відчути присутність журналіста на місці події, двисловити думку з приводу показаного, здатний викликати потрібні емоції у глядачів).

Література

1. Крылова А.А. Особенности спортивной журналистики /А. А. Крылова // Научный альманах. – 2016. – №2 (16). – С. 276–278.
2. Офіційний сайт телеканалу «Сигма». 20.10.20017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sigmatv.com.ua/
3. Офіційний сайт телеканалу «Сигма». 22.10.20017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kanalukraina.tv

УДК: 070.445:654.197(477) **Кірконос А. М.**

ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ РАНКОВИХ ЕФІРІВ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РАНКОВИХ ПРОГРАМ

В останнє десятиліття спостерігається чітка тенденція зростання розважального ефіру. Відбувається це в зв'язку з активним розвитком ринкових відносин і виникненням так званих «комерційних» телеканалів, що підпорядкували зміст ефіру інтересам масової аудиторії. Прибуток від роботи подібних телеканалів, як відомо, залежить від реклами і спонсорства, обсяг яких пов'язаний з рейтингом станції і каналу, обумовленим її здатністю залучити як реальну (цільову), так і потенційну аудиторію. Як показують соціологічні дослідження, рейтинг ефірів визначається наявністю розважальних компонентів, роль яких зростає абсолютно у всіх засобах масової інформації. Цим обумовлена і поява такого виду програми, як ранкове шоу.

Сьогодні самостійні ранкові блоки можна побачити на багатьох каналах. Ведучі цих програм змушують прокинутися телеглядачів і бажають доброго дня. Вони часто бувають першими, кого глядачі зустрічають, вмикаючи телевізор.

Об'єкт дослідження – ранкове мовлення на телебаченні.

Предмет – ранкові інформаційно-розважальні блоки «Утро в прямом эфире» та «Сніданок з 1+1».

Мета роботи – розглянути історію розвитку і специфічні особливості ранкового мовлення на телебаченні.

Поставленими **завданнями** є:

- розглянути історію розвитку ранкового мовлення, дізнатися, звідки воно бере свої витоки на вітчизняному ТБ;
- визначити важливість психологічного аспекту в роботі ранкового ефіру, а також розглянути його основні напрямки;
- з'ясувати особливості аудиторії;
- простежити жанрову і тематичну різноманітність ранкових телепередач;
- проаналізувати та порівняти ранкові інформаційно-розважальні блоки «Утро в прямом эфире» та «Сніданок з 1+1».

Методами дослідження ранкового шоу є класифікація, зіставлення, різнобічний аналіз, спостереження і опис.

Ранкове шоу на телебаченні сформувалося в специфічну інформаційно насичену інтерактивну програму, яка містить різноманітні рубрики, що об'єднуються в ефірі провідними-модераторами, що має в складі інформаційні елементи, а також враховує специфіку «ранкової» аудиторії. Розглянуті програми можна охарактеризувати як поліжанрові і політемні, що виходять виключно в прямому ефірі. Особливу роль в ранкових шоу отримує інтерактивність.

Основною функцією ранкового шоу стає прагнення задовольняти психологічні потреби аудиторії та відповідати ліміту її часу. Виділяється кілька типів телешоу: інформаційне, розважальне, змішане, моно-шоу і полі-шоу (за кількістю ведучих), тригодинне шоу, більше трьох годин, менше трьох годин.[1, 27; 142]

Ранкове шоу є програмою-ідентифікатором ефіру. Наявність даної передачі позитивно впливає на рейтинг телеканалу. Перевага будь-якого типу ранкового шоу стає показником прихильності аудиторії певного формату.[2, 161]

Критеріями успішності регіонального ранкового шоу стають: відповідність формату телеканала, присутність в ефірі регіонального компонента, адекватний форматним вимогам ідеостіль ведучого, продуктивна інтерактивна рубрикація, інтернет-підтримка ефіру, наявність новинної складової.[3, 22]

Ведучий ранкового шоу є ключовою фігурою, яка визначає популярність програми і ступінь участі аудиторії в інтерактивній частині передачі.

Теоретична значущість дослідження дозволяє збагатити теорію журналістики виявленням нового типу програм – ранкового шоу.

Практична значущість дослідження дозволяє переглянути опис типів передач цього виду, виявити критерії ефективності та їхнє функціонування в ефірі.

Новизна дослідження ранкового шоу визначається популярністю цієї форми телебачення, з одного боку, а з іншого боку, майже повною відсутністю теоретичного осмислення феномена ранкового шоу на телебаченні. Даний вид програми на сьогоднішній день не досліджений в повній мірі. Але це необхідно, так як ранкове шоу як програма дуже затребувана споживачами.

Отже, питання, на яке ми вирішили звернути увагу в даній роботі – це феномен ранкових інформаційно-розважальних програм. Зараз практично всі канали усвідомлюють важливість програмування ранку, на даний момент існує безліч ранкових телепередач, цим і обумовлюється **актуальність** даного дослідження.

Література:

1. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика: учебник. 4-е издание / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик – М. : Из-во "Высшая школа", 2002. – 368 с.
2. Падейский В. В. Проектирование телепрограмм: Учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 053700 «Продюсерство кино и телевидения»/ В. В. Падейски. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 238 с.
3. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ: Учебное пособие / Г. В. Кузнецов. – М. : Издательство Московского университета, 2004. – 123 с.

УДК 070.446:004.032.6 **Толок П. О.**

СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ПОРТРЕТНОГО НАРИСУ АУДІОВІЗУАЛЬНИМИ ЗАСОБАМИ

Серед жанрів журналістики в портретному нарисі існує найбільша кількість можливостей показати особливості індивіда та її життєвого шляху. Нарис - це твір, основний зміст якого полягає в описі певного явища, події, персонажа. Нарис є провідним жанром публіцистикою. Основне завдання нарису - представити якомога повнішу картину, описати особистість, подія або явище, щоб дати читачеві певне уявлення про що-небудь, наштовхнути його на певні висновки [1, с. 324].

Предметом портретного нарису є особистість. Завдання автора полягає в тому, щоб у аудиторії склалася певна думка про героя матеріалу [2].

Особливостями портретного нарису є як точне відображення дійсності, так і її художнє моделювання. Співіснування документального та художнього елементів у портретному нарисі сприяє найбільш повного і яскравого зображення особистості. Художні прийоми портретного нарису обумовлені прагненням автора створити достовірну картину реальності, використовуючи образи і типізацію [3].

Як правило, автор портретного нарису розкриває внутрішній світ, характер і життєвий шлях героя через опис певної ситуації в його долі, що носить драматичний характер. Ця ситуація повинна оголити перед читачем конкретні прояви характеру героя, його таланту, завзятості, працьовитості та інших позитивних якостей. Щоб найбільш повно розкрити образ героя, журналіст розглядає різні сторони його особистості (моральну, інтелектуальну, творчу).

Автор портретного нарису, як правило, прагне зобразити героя з позитивної точки зору. Навіть при описі негативно забарвлених вчинків героя автор наводить аргументи, які змушують читача зрозуміти мотивацію описуваної в нарисі особистості.

Телевізійний нарис – це відображення більш-менш тривалого тимчасового процесу. Тому для екранного нарису, на відміну від літературного, одна з основних труднощів полягає в документальному відображенні вже довершених фактів, тобто зображення минулого. Не вміючи вирішити інакше цю проблему, теледокументалісти нерідко вдавалися до методу відтворення подій, тих чи інших ситуацій. Але для того, щоб результат в цьому випадку виявився успішним, щоб на екрані виникло не правдоподібність, а справжня правда життя, потрібні майстерність, авторська і режисерська фантазія, операторська винахідливість і обов'язково дотримання почуття міри, художнього такту. Глядач повинен бути обізнаний, що перед ним відтворення факту, який існував в минулому. [4, с. 205]

Мова телебачення – це екранний художній образ, що існує в просторі і часі. Система мов пронизує повсякденне життя людини: "Знаковість речей, знаковість спілкування, знаковість одягу, поведінки людини, професій, які безпосередньо проявляються в буденності та стають характерними ознаками для творення образу, – все це мова телевізійної культури. Різні мови культур дістають своє відображення в художньому образі". [5, с. 11]

На екрані портретний нарис створюється аудіовізуальними засобами. В публіцистичному сюжеті використовуються шуми, закадровий текст, музика. Звучання з екрану слова повинно мати риси художнього твору. При цьому дикторський текст повинен бути публіцистичним. Портретні характеристики героїв екранних нарисів дають можливість глядачам через виділення зовнішніх деталей розкрити людську психологію, почуття та емоції. Особливу увагу треба приділяти крупним планам. Документальну основу нарису складають особисті спостереження тележурналіста (правда життєвих фактів); мемуари та листи; історіографія; діловодство; теледокументи, друковані видання; спогади сучасників; інтерв'ю з героями нарисів [5, с. 13].

Отже, основним завданням нарису є створення образу особистості, опис її досягнень та особливостей. За допомогою аудіовізуальних методів відкривається більше можливостей, адже вони дозволяють зробити акценти на зовнішності людини, її голосі або навколишньому світі. Але незважаючи на всі можливості, даний жанр є одним з найскладніших в публіцистиці. Адже

для створення відеонарису необхідно володіти знаннями про методи зйомок, їх технічної складової, а також умінням використовувати екранні художні образи.

Література

1. Горкин, А. А. Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия / А. А. Горкин. – М. : Росмэн, 2006. – 584 с.
2. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учебное пособие [Електронний ресурс] / А. А. Тертычный. - Режим доступу: http://www.textfighter.org/text2/01.php (дата звернення: 18.12.2017).
3. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения [Електронний ресурс] / М. Н. Ким. – Режим доступу: http://evartist.narod.ru/text/71.htm (дата звернення: 18.12.2017).
4. Качкаева А. Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А. Г. Качкаева. – М., 2010. – 368 с.
5. Павликова М. Сетевые технологии и журналистика: Эволюция финских СМИ / М. Павликова, М.: РИП – холдинг, 2001. — 246 с.

УДК 070.431.1:82-92:654.195 (043) **Єпікова Я.С.**

ВИКОРИСТАННЯ ЖАНРУ РЕПОРТАЖУ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОГРАМАХ СУЧАСНОГО РАДІО (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ НА УКРАЇНСЬКИХ РАДІО «ЕРА» ТА «ГРОМАДСЬКЕ РАДІО»)

Репортаж є найбільш поширеним жанром мовлення на радіо. Це обумовлено тим, що у радіорепортажі можна використати всю його специфіку та реалізувати можливості радіо. Радіорепортаж поєднує в собі насиченість тексту, оперативність, актуальність, та елементи радіопубліцистики (емоційне, образне відображення події з певною її оцінкою). Як правило репортаж на радіо присвячується актуальній та цікавій темі, що представляє інтерес для значної частини аудиторії.

У нинішніх умовах функціонування радіомовлення України головне призначення радіорепортажу - оперативно, правдиво, об'єктивно інформувати, розповідати, описувати, показувати, оцінювати події реального життя [1].

Актуальність обраної теми. Прагнучи отримати високі рейтинги більшість український радіостанцій, окрім музичних композицій, використовують різні розважальні програми, все це призводить до знищення на загальноукраїнських радіохвилях інформаційних програм, зокрема жанру репортажу.

Відсутність інформаційних програм обумовлено з одного боку конкуренцією інших радіо, з іншого боку, люди середнього і старшого віку, на яких, як правило, орієнтовані «інформаційні репортажі» радіостанції, ще слабо представлені в аудиторії ефірного радіомовлення [2].

Хронологічні межі дослідження: 2017-2018 р.

Мета роботи – дослідити жанр репортажу в інформаційних програмах сучасного радіо на прикладі радіостанцій «Ера » та «Громадське радіо».

Предметом дослідження виступає жанру репортажу в інформаційних програмах сучасного радіо.

На основі об’єкта, предмета та мети дослідження визначені наступні **завдання**:

- проаналізувати стан наукової розробки теми курсової роботи та її джерельне забезпечення;
- розглянути історію розвитку жанру репортажу;
- проаналізувати особливості написання радіорепортажу;
- дослідити жанр репортажу на прикладі програм «Громадська хвиля» – «Громадське радіо» та «Музичний профіль» – радіо «Ера».

Розмовний жанр можна зустріти прослуховуючи радіо, але зараз він рідко появляється на радіостанціях [4].

Методи дослідження: порівняльний, а також метод аналізу і синтезу. У процесі роботи також були використані методи спостереження, вивчення документів та радіорепортажів.

Джерельна база. Серед науковців, які досліджували репортаж та його різновиди, можна виділити таких як: В. Здоровега, І. Прокопенко, І. Вартанов, Д. Григораш, В. Карпенко, М. Василенко, І. Михайлин, М. Кім, О. Чернікова, О. Тертичний, М. Войтек, С. Гуревич, Ж. Буше, М. Галлер та ін. [3].

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в роботі в перше проаналізований жанр репортажу в інформаційних програмах «Громадська хвиля» – «Громадське радіо» та «Музичний профіль» – радіо «Ера».

Практична значимість даної роботи полягає в тому, що результати досліджень будуть корисні починаючим журналістам та радіоведучим. У них можна почерпнути для себе певні знання про жанр репортажу, який використовують на сучасному радіо.

Об'єктом роботи є: програма «Громадська хвиля» – «Громадське радіо» Що дня з 20:00 по 22:00 спілкується із головними героями дня – посадовцями та волонтерами, парламентарями та експертами, митцями та науковцями, громадськими активістами та бійцями.

Программа «Музичний профіль» – радіо «Ера». Кожен раз дарує слухачам знайомство з чимось новим: різними музичними напрямками і виконавцями; розповідає про історію того чи іншого стилю, про витоки національної музики різних країн і джерела натхнення геніальних композиторів.

Література

1. Галлер М. Репортаж: навч. посіб. / М. Галлер. – К. : Академія Української Преси: Центр Вільної Преси, 2011. – 348 с.
2. Несын Е.Н. Проблемы изучения истории и теории жанра репортажа / Е.Н. Несын // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2010. – №66. – С. 233-240.
3. Лизанчук В. Репортаж – найскладніший інформаційний жанр / В. Лазинчук // Теле - та радіожурналістика. – 2013. – №12. – С. 132-147.
4. Радиожурналистика. - [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://bachelor.ucoz.ru/_ld/12/1274__tw.pdf (15.12.2017)
5. Радіо Громадське радіо. – [Електроннний ресурс]. – Режим доступу до радіохвилі: https://hromadskeradio.org (15.12.2017)
6. Радіо «Ера ». – [Електроннний ресурс]. – Режим доступу до радіохвилі: http://radioera.com.ua (14.12.2017)

УДК 621.396.7(477.62-2) **Власова М. С.**

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ДИТЯЧИХ РАДІОПРОГРАМ НА ПРИКЛАДІ ОДНІЄЇ З МІСЦЕВИХ РАДІОСТАНЦІЙ

Тема створення і розвитку дитячих радіопередач дуже актуальна на сьогоднішній день. Нажаль в ефірі багатьох сучасних радіостанцій дитячі програми взагалі відсутні і не мають перспективи розвитку. Їх створення потребує розуміння особливостей сприйняття інформації дітьми різних вікових категорій. Жива розмова, діалог – викликатиме великий інтерес у дітей.

Діалогічність властива багатьом матеріалам радіо, вона випливає з його акустичної природи, хоча має деякі особливості. Її своєрідність визначається тим, що співрозмовники розділені простором, між тим хто говорить і слухає, як правило, відсутня безпосередній зв'язок. Однак учасники дитячих передач завжди звертаються до дитини, припускаючи в ньому співрозмовника, активного учасника двостороннього контакту, як би передбачаючи його реакції, хід думки, можливі питання, будуючи систему інформації таким чином, як вони робили б це в умовах бесіди.

Існують стилістичні прийоми внесення елементів діалогічності в радіопередачу. Це пряме і непряме звернення до аудиторії з використанням відповідних мовних зворотів,

риторичних запитань; інтонація, наближена до розмовної, «неправильний» (властивий живому розмови) порядок слів; природне використання пауз, що виникають в мові людини, коли він замислюється, шукає потрібне слово. Ці прийоми дуже часто використовуються дитячим радіомовленням.

Але перераховані прийоми не будуть діяти, якщо не враховувати головного чинника – діалогічність способу мислення ведучого програми. Діалог властивий вільним формам спілкування, в яких думка рухається і розвивається, а думка виробляється в процесі бесіди з урахуванням різних точок зору [1, 35].

Будь-яке дитяче видання у процесі реалізації його цільового призначення є явищем, яке виникає на перетині сфер мистецтва ("зміст"), педагогіки ("мета передачі змісту") та психології ("засіб передачі змісту і досягнення мети"). Психологія, як бачимо, тут виступає своєрідною "мовою", "способом" і "гарантією" передачі інформації. Звичайно, важливо, що передається, але ще важливіше – як це робиться. Бо найкращий зміст, поданий у недоступній формі, стає беззмістовним.

Критеріями ефективності реалізації виховної функції дитячих радіопередач є наступні: інформаційної забезпеченості (відповідність інформації, представленої в передачі, таким характеристикам, як повнота, об'ємність, достатність для повноцінного сприйняття, доступність і зрозумілість); інтересу до передачі (наявність у дитини прагнення слухати передачу, дізнатися що-то нове, співпереживати, брати активну участь в ній і т.п.); суб'єктності (дитина повинна бути активним учасником створення передачі); педагогизации (передача повинна відповідати педагогічним нормам).

Для створення дитячої радіопередачі я обрала місцеву радіостанцію «Авторадіо». Створена дитяча радіопрограма розрахована на дітей дошкільного віку. Програма складається з вступної частини, інтерв'ю з дітьми, висвітлення їх сприйняття тієї чи іншої інформації.

У кожному випуску ведучий ставить питання дітям про якесь складне слово з автомобільної, професійної, економічної та політичної сфери. Дитина відповідає, як саме вона розуміє значення цього слова чи словосполучення.

При створенні тексту питань до дитячої аудиторії, я враховувала особливості сприйняття дітьми інформації при прослуховуванні радіо. Жива розмова з дітьми буде викликати інтерес у дітей, які слухатимуть її, бо вони будуть чути не тільки дорослий голос.

Героями програми виступають діти дошкільного віку. Дошкільнята сприймають передачі фрагментально, уривками. Тому запитання та відповіді це короткі синхрони з різними звуковими ефектами та перебивками.

Література

1. Меньшикова А. А. Радио – детям / А. А. Меньшикова. – М. : НМО ГКРТ, 1976. – 99 с.

УДК 070: 004.77

Лукашова А. О.

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ НОВИНОГО КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «INSTAGRAM»

За останнє десятиліття до традиційних засобів масової інформації та комунікації додалися нові – інтернет-ЗМІ, соціальні мережі, блоги. Їх поява сильно вплинула на формування контенту медіа, внесла зміни не тільки в самі тексти, а й в їх візуальне доповнення. Крім того життя людини теж змінилося, тепер воно більш мобільне, і його оточує все більше інформації, в якому треба намагатися не загубитися. Поява і широке поширення соціальних мереж перемкнуло на себе увагу споживачів інформації, а сучасні ЗМІ почали освоювати такі соціальні мережі, як «Вконтакте», «Facebook», і мікроблог «Twitter» [1].

У зв'язку з цим, темою даної дослідницької роботи є особливості подачі новинного контенту в соціальних мережах на прикладі такої соціальної мережі як «Instagram».

Актуальність дослідження обумовлена зростаючим переходом в останні роки в соціальні мережі новинних засобів масової інформації та відсутність єдиних для всіх правил роботи на нових платформах.

Інстаграм (Instagram) – безкоштовний мобільний додаток для обміну фотографіями і відеозаписами з елементами соціальної мережі, що дозволяє знімати фотографії та відео, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і ряд інших соціальних мереж. З 2015 року «Інстаграм» став майданчиком для комерційної реклами[2].

Великі інтернет-видання використовують «Інстаграм» як блог для зв'язку зі своєю аудиторією, тобто мають такі акаунти, що є своєрідними «філіями», які транслюють новини з основного сайту, але не виступають основним джерелом інформації. Ми вважаємо, що функції «Інстаграм» підходять не тільки для поширення різної реклами, але і для створення окремого інформаційного каналу.

Таким чином **об'єктом** дослідження – «Інстаграм», як майданчик для заснування новинного ЗМІ. **Предмет** дослідження – новинний ресурс в соціальній мережі присвячений подіям в місті Маріуполь «Внутри Мариуполя».

Основна **мета** дослідження – виявити специфіку створення контенту для автентичного ЗМІ на основі соціальної мережі «Інстаграм». Для реалізації поставленої мети потрібно виконання наступних **завдань:**

- оцінити соціальну мережу «Інстаграм» з точки зору створення ЗМІ на її платформі;
- вивчити літературу на тему створення новинного контенту для соціальних мереж;
- виявити особливість контенту соціальної мережі «Інстаграм»;
- визначити популярність «Інстаграм» в Україні;
- створити на основі «Інстаграм» принципово новий формат ЗМІ про події в Маріуполі;
- описати процес створення контенту для ЗМІ на платформі соціальної мережі «Інстаграм».

В ході вирішення поставлених завдань використовувалися такі **методи** досліджень:

- дослідження системи інформаційних жанрів;
- вивчення літератури про проблеми подачі новин;
- аналіз матеріалів соціальної мережі «Інстаграм»;
- метод експерименту: створення нового формату ЗМІ.

Новизна даного дослідження полягає в тому, що соціальна мережа Інстаграм існує всього 7 років, а майданчиком для поширення медіа-контенту стала тільки 2 роки тому[2].

У зв'язку з цим тема стандартів та етики ведення ЗМІ конкретно в «Інстаграм» – погано вивчена.

В «Інстаграм» понад 600 мільйонів активних користувачів на місяць. Українських користувачів з цього числа – більше 830 000 [3].

Чому «Інстаграм» це зручний майданчик для створення нового формату ЗМІ? Візуальна інформація швидше зчитується і краще запам'ятовується: «Інстаграм» – відмінне місце для пошуку лояльної аудиторії видань, яка буде знати журналістів в обличчя і вивчить найкращі тексти з ілюстрацій [4]. «Інстаграм» включає в себе безліч функцій, використання яких може не тільки повноцінно передавати інформацію, але і стане причиною для створення нового формату подачі матеріалів.

2. Кількість символів для тексту обмежена до 2200 символів. Такою кількістю можна обійтися для написання замітки, репортажу і невеликого огляду. Головний акцент в «Інстаграм» робиться на фотографії або відео, який супроводжується текстом, а не навпаки.
3. Можливість публікувати відео тривалістю в 1 хвилину. Створюючи сюжет, укластися в такий хронометраж нелегко, але можливо. Крім того в одному пості можна опублікувати кілька відео.
4. Функція завантаження декількох фотографій в одному пості – аналог фоторепортажу в звичайних інтернет-ЗМІ. Завантажити можна 10 фотографій в одну публікацію.

5. Функція «Прямий ефір» дозволить передавати інформацію в режимі реального часу, за умови наявності швидкісного інтернету.
6. Зворотній зв'язок. Читачі зможуть залишати свої відгуки та коментарі про якість роботи такого ЗМІ і пропонувати свої новини через функцію особистого листування «Директ». Крім того є можливість побачити своїх читачів в обличчя і навіть скласти портрет своєї реальної аудиторії.
7. З «Інстаграм» легше вивчати статистику відвідувань і залучень, тому що додаток передбачає і таку функцію.
8. «Інстаграм» зручний у використанні: як для користувачів, так і для журналіста. Читачеві зручно отримувати інформацію, гортаючи стрічку свого «Інстаграма. У свою чергу для журналіста досить мати смартфон з хорошою камерою і доступ в інтернет, для того щоб писати тексти, фотографувати і обробляти, знімати відео і монтувати.

Недоліки «Інстаграм» як каналу передачі інформації:

1. Не всі жанри журналістики в повній мірі зможуть відображаються в «Інстаграм». Наприклад текстові інтерв'ю будуть недоречні, тому що на даному ресурсі на першому місці стоїть візуальна інформація, а не текстова. Лонгріди, об'ємні огляди і великі публіцистичні тексти також не користуватимуться популярністю у аудиторії.
2. Обмежений хронометраж для відео становить 1 хвилину. Це може послужити хорошою основою для винаходу нового формату відео-сюжету, але за 1 хвилину буде складніше створити «ефект присутності». Однак, на наш погляд, це можливо.
3. Складна функція для опитувань. Опитування для передплатників можна додати тільки в спеціальній публікації «Історії», яка тримається максимум 24 години, після чого автоматично видаляється, через що провести повноцінне тривале опитування не вийде.

Особливість контенту для ЗМІ в соціальній мережі «Інстаграм». Щоб визначити ці особливості ми проаналізували російське «Інстаграм»-ЗМІ «News Times», яке публікує новини з усього світу посилаючись на популярні Інтернет-видання [5].

Висока якість фото / відео. Текст стоїть на другому місці в системі пріоритетів читача «Інстаграм». Фотографія повинна «говорити», щоб гортаючи стрічку читач міг звернути увагу на пост і прочитати те, що написано під ним. Найчастіше заголовок розміщують прямо на фотографії, а іноді і сам текст публікується у вигляді зображення. Лід і подробиці повідомлення часто публікуються у вигляді тексту.

1. Стислість. Занадто довгі текстові супроводи до фотографії не читабельні. Текст повинен супроводжувати фото, а не навпаки. «Інстаграм» передбачив це і обмежив текст до 2200 символів, але і такий обсяг користувачі не завжди дочитують, тому середній обсяг тексту – це 1000 символів.
2. Залучення. Інстаграм дає таку можливість, як спілкування зі своїм читачем. В кінці деяких публікацій можна цікавитися думкою своїх читачів з приводу тієї чи іншої новини, яку вони будуть залишати в коментарях.
3. Ненав'язливість. Якщо публікації миготять в стрічці новин занадто часто - читач буде дратуватися, перегортати публікацію, а потім і зовсім відпишеться від новинного каналу. Тому динаміка публікацій в «Інстаграм»-ЗМІ повинна становити максимум п'ять постів на добу, де зібрані всі основні події дня.

Таким чином, «Інстаграм» володіє практично всіма мультимедійними функціями для створення новітнього ЗМІ і для зручної передачі інформації громадськості, проте і має деякі перешкоди в процесі реалізації: від деяких жанрів доведеться відмовитися, а звичні формати «різати» під обмеження і створювати нові способи подачі інформації. Але тим не менш «Інстаграм» може бути зручним майданчиком для інформування, якщо грамотно підлаштуватися під його умови.

Література

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика [Електронний ресурс] / Амзин А – Режим доступу до ресурсу: http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf.

2. Frommer. Dan Here's How To Use Instagram. Business Insider / Frommer., 2010
3. М. Яровая. Аудитория Instagram в Украине [Електронний ресурс] / М. Яровая. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://ain.ua/2015/10/30/auditoriya-instagram-v-ukraine-kto-gde-i-chto-postit-infografika.
4. В. Владимирова. Как вести инстаграм, если ты – СМИ [Електронний ресурс] / В. Владимирова. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://dddjournalism.info/как-вести-страницу-в-instagram-если-ты-сми-7de8eafe7db5.
5. "NewsTimes" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.instagram.com/news_times/.

УДК 070.48(477)(043) **Кумуджиєва В.К.**

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА НА РАДІО. СПЕЦИФІКА ПРЯМОГО ЕФІРУ

У сучасному світі радіо є досить оперативним засобом передачі інформації. Звернемося до поняття «радіожурналістика». Радіожурналістика є видом журналістської діяльності, що базується на використанні технічних засобів радіомовлення. Також радіожурналістика виступає як сукупність радіопередач в області журналістики і як результат творчої діяльності журналістів. [1]

Радіожурналістика як вид журналістської діяльності відрізняється високим рівнем оперативності, що дозволяє ефективно і в короткі терміни передавати актуальну інформацію. Радіожурналістика ефективно впливає на аудиторію за допомогою акустики.

До технічних виразних засобів радіожурналіста відносяться формотворні і стилеутворюючі групи. [2] Формоутворювальна група включає в себе звуковий матеріал, не піддається змінам. Це слово, музика, побутові шуми і позастудійні документальні записи. Стилеутворююча група включає в себе виражальні засоби радіожурналістики. До них відносять монтаж, голосовий ритм, звукову мізансцену, технічні способи звукоутворення. За допомогою цих виразних засобів відбувається формування стилю програми [3].

Професіоналізм радіожурналіста, в першу чергу, визначається вмінням оперативної подачі інформації, визначення ступеня актуальності пропонованого матеріалу, компетентного проникнення в суть соціальних проблем. Радіожурналіст повинен оперувати фактами суспільної життєдіяльності, вміло аргументувати і ємко подавати їх в ефірі.

До особливостей роботи радіожурналіста зверталися багато дослідників: В. В. Лизанчук, В. Я. Миронченко, А. С. Москаленко, В. П. Олійник, Г. Г. Почепцов та інші. В основі їх досліджень лежать обгрунтовані і аргументовані факти про представників журналістського середовища, про творчу підоснову журналістської творчості.

На думку дослідника Ю. Г. Шаповала, журналістика – це професія, до якої пред'являється цілий ряд вимог. Професія журналіст передбачає кваліфіковане вирішення завдань в області інформаційного суспільства за допомогою творчих навичок. У сучасному світі тележурналістика є формою бізнесу і діє в умовах ринкової економіки. Цим і зумовлена наявність значного пласту реклами під час радіоефіру. Як і в будь-якому бізнесі, тележурналістика на медіаринок представляє медіатовар і отримує на цьому прибуток. [4] Таким чином, в цьому контексті тележурналістика виступає як творчо-виробничий процес, в рамках якого радіожурналіст доводиться поєднувати технічні та творчі навички.

Можна визначити, що радіожурналіст буде затребуваний в своїй професії тільки в тому випадку, якщо його творчий початок буде підкріплено основною технічною базою в області діяльності радіокомпанії. Це відноситься до вибору діапазону радіохвиль, каналу і частоти мовлення, специфікації ефірного обладнання, знання комп'ютерних програм і забезпечення ефірного мовлення, аудіо- та звукорежисерським навичкам.

Види радіопрограм в журналістській роботі повинні відповідати певним вимогам журналістської творчості. Якщо говорити про літературні програми на радіо, то тут в основі повинен лежати авторський проект із залученням цікавих персонажів в обсласті літературної

творчості. Прямий ефір як вид журналістської програми на радіо є складним і непередбачуваним. Репортер при веденні прямого ефіру говорить від авторської (свого) особи, описує свої почуття. В даному виді програми важливе значення набуває тембр, емоційність та індивідуальність мови репортера. Цільова аудиторія повинна з перших хвилин програми дізнаватися автора передачі. Голосове ведення повинно відрізнятися унікальністю, привертати увагу слухачів. При веденні прямого ефіру слід завжди пам'ятати про те, що процес спілкування спрямований на отримання цікавої інформації для цільової аудиторії. Саме в прямому ефірі виникають складнощі, які кореспондент повинен запобігти. Слово, сказане в прямому ефірі, вже не повернеться. Тому кореспондент повинен чітко дотримуватися правил ведення бесіди.

Радіожурналіст як представник громадської професії повинен володіти такими рисами характеру. По-перше, журналіст повинен бути впевнений в собі і в фактах, які виносить в ефір. Проте, слід відрізняти впевненість і самовпевненість. Самовпевненість в роботі журналіста виглядає зухвало і відштовхує цільову аудиторію, так як кореспондент в даному випадку протиставляє себе аудиторії. По-друге, журналіст повинен бути стриманим. Дана риса характеру допомагає журналісту бути економним в прояві емоцій, вираженні симпатій і антипатій до об'єкта репортажу, умінні коректно висловлювати свої судження у відповідь на провокації. Проте, стриманість журналіста не повинна переходити в емоційну скупість. В цьому випадку прямі ефіри втратять свою цікавість, інтерес, стануть безбарвними і втратять своїх слухачів. По-третє, журналіст повинен бути тактовний. Кореспондент повинен керуватися почуттям поваги і розуміння почуттів співрозмовника. По-четверте, журналіст повинен бути мобілізованим, вміти триматися без фамільярності і надмірного напруження при виконанні творчої діяльності.

Таким чином, робота радіоведучого – це, в першу чергу, його вміння практично використовувати свої знання на практиці.

Література

1. Минков М. К проблеме жанров в радиовещании / Телевидение и радиовещание за рубежом. – М. : Искусство, 1973. – 46 с.
2. Методологические проблемы изучения телевидения и радиовещания / Под ред. Э.Г. Багирова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 27 с.
3. История советской радиожурналистики. Документы. Тексты. Воспоминания. Т.1 1917–1945 гг. / Т. М. Горяева, отв. сост., авт. предисловия Т. М. Горяева. Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Изд. МГУ, 1991. – 84 с.
4. Гаспарян В.В. Работа радиожурналиста. Технология творчества : учеб. пособие / В.В. Гаспарян. – М. : Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. – 19 с.

УДК 070.489:654.197(477-62) **Чурікова В. В.**

МОДЕЛЬ НАУКОВО-ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ПРОГРАМИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛІВ «СИГМА» ТА «МАРІУПОЛЬСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ»)

В час стрімких наукових відкриттів та досягнень сучасних вчених засоби масової інформації як ніколи повинні приділяти увагу просвітницькій функції. Інформувати, просвіщати й розважати – це основні принципи телерадіомовлення, сформовані Бі-бі-сі. Вітчизняне телерадіомовлення виконує розважальну, інформаційну та комунікативну функцію, оскільки компонент «просвіщати» як такий (а також «повчати», «інструктувати») відсутній у нашому телерадіомовленні, особливо у комерційному [1]. На сучасному етапі розвитку науково-популярна журналістика в Україні перебуває в стані занепаду. Це зумовлено низкою причин, серед яких малий попит на тематику науково-популярного змісту та відсутність кваліфікованих журналістів, які здатні розповідати про складне зрозумілою для пересічних громадян мовою [2].

Серед науковців, які досліджували у своїх роботах тему науково-просвітницької журналістики, В. Здоровега, І. Михайлин, В. Шкляр, О. Глушко та ін.

Не в повну силу реалізують функцію формування у глядачів наукових знань і телеканали регіонів. Регіональному телебаченню необхідно розвивати широкий тематичний (політика, економіка, культура, мистецтво, соціальні питання, спорт, література тощо) і географічний (наявність власних кореспондентів, які працюють у кожній точці регіону) спектри [3]. Науково-просвітницькі програми покликані інформувати про найбільш важливіші події у світі науки та техніки, організувати боротьбу за нові наукові ідеї, напрямки та винаходи, пропагувати наукові досягнення, тим самим роблячи своїх телеглядачів більш обізнаними.

Мета даного дослідження – створення моделі науково-просвітницької програми на регіональному телебаченні Маріуполя.

Поставлена мета зумовлює необхідність вирішення наступних **завдань**:

1) визначити та проаналізувати причини занепаду науково-просвітницьких програм на регіональному телебаченні;
2) з'ясувати особливості створення цих програм;
3) здійснити моніторинг регіонального телебачення Маріуполя на предмет наявності просвітницьких програм та їх контент-аналіз;
4) визначити роль науково-просвітницьких програм на регіональному телебаченні.

Маріупольська науково-просвітницька телевізійна журналістика представлена програмами «Со временем», «Мариуполь. Былое» телеканалу «Сигма» та «Говорімо українською» телеканалу «МТБ». «Со временем» – це програма про історію та світові події, їх причини та наслідки, які виявляють під час бесіди телеведуча та експерт – історик і науковець. Експертом та водночас журналістом в програмі «Мариуполь. Былое» виступає краєзнавець, який розповідає про події в місті в минулі роки. А в програмі «Говорімо українською» «Маріупольського телебачення» ведуча навчає своїх глядачів грамотному використанню рідної мови. У коротких сюжетах можна дізнатися багато цікавих фактів про державну мову, особливості лексичного і граматичного вживання слів, розстановки наголосу.

Під час створення науково-просвітницької програми використовуються різні жанри: репортаж з музею, лабораторії, цеху, інтерв'ю з експертом, науковцем, спеціалістом, можливі також телеекскурсії та інтерактив з телеглядачами. Маріупольські програми представлені, загалом, бесідами, стендапами та відеороликами з важливими просвітницькими матеріалами.

Література

1. Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України [Електронний ресурс] / А. В. Юсипович // Електрона бібліотека Інституту журналістики. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php? act=article&article=2122
2. Варич М. Науково-популярна журналістика як спосіб комунікації у соціокультурному просторі / М. Варич // Образ: щорічний науковий збірник Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – Вип. 15. – С. 5 – 13.
3. Головчук О. *В.* Регіональне телебачення України*:* ефірні традиції та реорганізація програм / О.В. Головчук // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ, 2006. – Т. 22. – С. 54 – 59.

УДК 070.431(477.62-2):004.738.5 **Тупікіна О. О.**

АНАЛІЗ САЙТУ «MRPL.CITY»

Удосконалення Всесвітньої мережі та найголовніше її унікальна можливість оперативно доносити інформацію до аудиторії у будь-який куточок світу, використовуючи властивості різних засобів масової інформації, спричинили виникнення новітнього ЗМІ – інтернет-журналістики.

Інтернет-журналістика або онлайнова журналістика – окремий напрям у журналістиці, що має власну специфіку, продиктовану особливостями створення і поширення медіа-продукту в інформаційному середовищі комп'ютерних мереж [1].

Як зазначають дослідники О. Калмиков і Л. Коханова, «інтернет-журналістика – це якісно новий культурний і цивілізаційний феномен, що являє собою діяльність із формування й подання інформаційних образів актуальності, причому носіями цих образів може бути не тільки слово, а й картинка, фотографія, кіно, відео, звук, веб-сторінка – будь-який об'єкт, здатний виступати в ролі носія інформації або тексту в широкому сенсі цього слова» [2].

Світові тенденції розвитку яскраво демонструють, що Інтернет-журналістика стала новим типом ЗМК, що максимально використовує можливості новітніх технологій. Зважаючи на стрімкий розвиток сучасної мережевої комунікації у світі, постала потреба проаналізувати українську Інтернет-журналістику як системний цілісний об'єкт [1].

Оскільки всі ми часто звертаємося до місцевих інтернет-ресурсів, тому нашу увагу привернув сайт новин «MRPL.CITY». Зазначений інформаційний ресурс позиціонує себе як такий, що подає якісну інформацію. Аналіз матеріалів сайту покликаний визначити специфіку інформації, вміщеної на сайті, кількісні та якісні показники журналістських матеріалів за відповідний період.

Ця тема є актуальною, тому що ми живемо в еру Інтернету, а інтернет-ЗМІ поступово відвойовують у інших засобів масової інформації свою аудиторію. Користувачів інтернетом стає все більше. А професія інтернет-журналіста дозволяє оперативно повідомляти про події, висловлювати свої погляди, спілкуватися з читачами.

Актуальність дослідження полягає і в тому, що незважаючи на стійкі позиції в списку переваг аудиторії, інтернет-ЗМІ як окремий тип засобів масової інформації недостатньо досліджений з наукової точки зору.

Об'єкт дослідження: сайт новин «MRPL.CITY».

Предмет дослідження: специфіка журналістських матеріалів новинних сайтів.

Мета дослідження: на основі аналізу журналістських матеріалів Інтернет-ресурсу «MRPL.CITY» за певний період надати їм кількісну та якісну характеристики, визначити їх специфіку.

Досягнення зазначеної мети передбачає реалізацію таких **завдань:**

- визначити поняття інтернет-журналістики та її основні функції;
- охарактеризувати сучасний стан розвитку інтернет-журналістики;
- ознайомитися із матеріалами сайту «MRPL.CITY» за певний період;
- провести контент-аналіз даного новинного сайту.

Сьогодні інтернет-ЗМІ швидко завойовують, і навіть відвойовують у інших видів ЗМІ свою аудиторію. За даними досліджень маркетингової дослідницької компанії InMind на середину 2010 року аудиторія Інтернету в Україні сягала 12,6 млн. регулярних користувачів, а це 32% всього населення України. Порівняно з даними на кінець 2009 року, кількість користувачів за півроку збільшилася на 4%. Цей факт вказує на невпинну експансію Інтернету. З огляду на те, що 75% респондентів використовують мережу Інтернет як джерело новин, стає зрозумілою й очевидною перспектива вивчення специфіки мережевих ЗМІ [3].

Оскільки в Інтернеті конкуренція є значно вищою за конкуренцію між традиційними ЗМІ, онлайнові видання намагаються подавати повідомлення про останні події настільки швидко, наскільки це взагалі можливо, хоча кожна редакція, звичайно, сама вирішує питання щодо терміновості. Сайти газет чи журналів, можуть оновлювати контент з такою ж регулярністю, як паперові версії, однак тоді вони ставлять знак рівності між паперовим виданням і сайтом, свідомо збіднюючи можливості останнього.

Сайт новин «MRPL.CITY» є порівняно новим серед інших маріупольських інтернет-ЗМІ, але вже за цей час здобув не абияку популярність. Як зазначено на сайті «MRPL.CITY» – це міський портал, в якому оперативно публікується інформацію про події в Маріуполі і в Донбасі, вибираючи головне для жителів міста. З їх слів, вони публікують лише достовірні факти: «Наша команда - за свободу поширення інформації та її достовірність. Пишемо тільки цікаве і

важливе, тому що цінуємо час читачів і поважаємо його».

У зовнішньому оформленні та підході до організації інформації на сайті маріупольське інтернет-видання орієнтуються на стандарти, що є звичними для багатьох Інтернет-ЗМІ. А саме, поєднання контрастних кольорів: білого для фону, чорний для шапки та деталей, сайт також містить маленький, але яскравий жовтий логотип.

У ході аналізу текстів сайту «MRPL.CITY», можна визначити, що матеріали мають прості заголовки та логічний тип викладу інформації. Новини читати легко, вони не перевантажені текстом, варто відмітити й те, що новина часто підкріплюється фото, що говорить про наявність візуалізації та кращого сприйняття для читачів. Що стосується жанрів цього Інтернет-ЗМІ, то найчастіше зустрічаються замітки та репортажі (інформаційні жанри).

Як зазначає, Чабаненко М.: «Для того, щоб затримати користувача на матеріалі, необхідно докласти певних зусиль. Інтернетні тексти мають бути, по-перше, лаконічними, а відтак – максимально інформативними, по-друге, яскравими, здатними захопити увагу. Це головне [5]».

Таким чином, інтернет та інтернет-журналістика, перетворюючись на головне джерело інформації, для мільярдів людей в усьому світі наразі стає тим, без чого неможливо навіть уявити сучасне життя, а отже, існує шалений потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення.

Література:

1. Чабаненко М. В. Робота журналіста в інтернет-ЗМІ : навч. посіб. / М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – 120 с.
2. Калмыков А. А. Интернет-журналистика / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. − Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.
3. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.
4. Прохоров Є. П. Искусство публицистики / Є. П. Прохоров. – Москва : Советский писатель, 1984. – 276 с.
5. Чабаненко М. Інтернет-видання в Україні: становлення та особливості розвитку: автореф. дис. канд. наук із соц. комунікацій / М. В. Чабаненко. – Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2010. − 20 с.

УДК 070.41(477) **Манько Д. А.**

СПЕЦИФІКА НОВИННИХ МАТЕРІАЛІВ САЙТУ «ЦЕНЗОР.NET»

Новини як складова журналістики постійно перебувають у центрі уваги вчених та практикуючих журналістів, постійно точаться дискусії щодо об’єктивності, повноти, неупередженості подачі новин, їх структури. Водночас дискусійним залишається і визначення самого поняття «новина». Уся різноманітність визначень по суті зводиться до намагань узагальнити критерії відбору новин або окреслити стратегії реалізації новин.

У своїй книзі «Новинна журналістика» німецький науковець З.Вайшенберг стверджує, що відбір та подача новин від конкретних умов та мети різних медійних систем. У країнах західного типу основним є інтерес громадськості, у країнах третього світу – інтереси національного відродження, у тоталітарних системах – інтереси правлячої верхівки [1].

Відбір та обробка новин визначаються двома чинниками: 1) значення (важливість); 2) інтерес публіки. Відповідно до поділу новин на «жорсткі» та «м’які» для перших пріоритетним є значення, а для других – інтерес публіки.

Стратегії подачі новин ще часто називають шаблонами подачі новин. У західному світі прийнято говорити про інформаційну журналістику (об’єктивну журналістику), її стратегія подачі новин є домінуючою, хоча і зазнає постійної критики через подачу поверхневої спрощеної картини світу. Існують й інші шаблони подачі новин, так звані презиційна (наголошує на необхідності спиратися на наукові соціологічні методи), інтерпретаційна (наголошує на необхідності подавати факти у їх причинно-наслідковому зв’язку),

розслідувальна (ставить у центр репортерської діяльності пошук та донесення до громадськості інформації, яку намагаються приховати) та «нова» (її ще часто називають авторською, бо йдеться передусім про індивідуальний стиль подачі новин, щось на межі журналістики та літератури) журналістика.

Ще достатньо багато аспектів новин можуть бути об'єктом дискусій, проте найбільш актуальними є специфічні риси новин в інтернеті. З одного боку, дослідники критикують мережеві форми подачі новин, з іншого – все більше громадян саме у такий спосіб споживають новини.

Об'єктом нашого дослідження обрано один із найбільш популярних новинних сайтів України – «Цензор.net». Аналіз його матеріалів дозволить надати кількісні та якісні характеристики новин у цьому інформаційному ресурсі.

Література:

1. 1.Вайшенберг З. Новинна журналістика: навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф. Іванова. – Київ : Академія Української преси, 2004. – 262 с.

СЕКЦІЯ
ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗМІ

УДК 070:004.92(043)

Кащишин І. Я.

ІНФОГРАФІКА ЯК КЛЮЧОВИЙ ЗАСІБ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ

Сучасна людина не відчуває труднощів із задоволенням інформаційних потреб, навпаки, ЗМІ активно конкурують за увагу аудиторії, яка в останні два десятиліття стала інакше ставитися до самої інформації. Постійний інформаційний шум, який став фоном повсякденного життя середньостатистичного городянина, привів до формування запиту на отримання контекстуальної новинної інформації. Тепер, щоб ЗМІ було цікаво аудиторії, воно повинно не просто оперативно надати новини або ексклюзивний матеріал, а й вписати його в існуючий контекст, запропонувати інтерпретацію.

Інфографіка – новий вектор у творчій діяльності журналіста і тому мало вивчений. На сьогоднішній момент ми можемо знайти тільки рекомендації інфографів-практиків. Однак вони не дають аналізу періодичних видань з точки зору їх інфографічної основи. Але медіа-ринок зараз має в своєму розпорядженні величезну кількість друкованих видань, зокрема і ділового направлення, які використовують різноманітну інфографіку. Вивчення зазначеного аспекту нам здається доцільним і **актуальним.** А інфографіку слід розглядати не тільки як практичну роботу журналіста, але і як об'єкт для наукового дослідження.

Серед дослідників немає єдиної думки щодо того, що слід розуміти під інфографікою в журналістиці. В. В. Кожухів не виділяє інфографіку як окреме явище, К. Н. Тихонова та О. А. Смирнова розглядають інфографіку як жанр журналістського твору, який може бути представлений в ЗМІ як самостійний або в складі гіпержанру. С. І. Сімакова в одній зі своїх робіт дає наступне визначення інфографіки: «...довідкова або ілюстрована статистична інформація, представлена різними методами візуалізації: за допомогою графіків, діаграм, гістограм, ментальних карт (mind map – карти пам'яті), тимчасових шкал (один з основних принципів анімованої інфографіки) і т. д.» [3].

За допомогою інфографіки можна робити зіставлення різних історій і процесів, показувати результати порівняльного аналізу даних. Визначення та класифікації інфографіки численні. Якщо за основу класифікації взяти технології, то виділяють статичну і динамічну інфографіку. Якщо ж принцип візуалізації контенту, то виділяють дві групи видів інфографіки: а) коли (кількісна візуалізація, що використовується для організації уявлення кількісних (числових) даних (графіки, діаграми, гістограми і номограми, які, в свою чергу підрозділяються на підгрупи: точкові, лінійні, кругові і т. п.); б) якісна візуалізація, для організації подання

сукупності (наприклад, ієрархій) об'єктів і якісних даних (організаційні діаграми; діаграми трендів; плани (графіки, технологічні діаграми; малюнки і схеми, реконструкції; ментальні карти знань, процесів, сутностей; мініатюри – піктограми, іконки, покажчики та ін.). Інфографіка сьогодні надзвичайно різноманітна і отримує широке застосування. Розвиток цифрових технологій дозволив налагодити виробництво інфографіки загальнодоступним видом діяльності журналіста.

Мета дослідження полягає у дослідженні інфографіки як основного засобу візуалізації інформації у ЗМІ.

Мета роботи визначила її головні **завдання**:

- виявити, хто з дослідників займався розробкою поняття «інфографіка»;
- дослідити, яке визначення інфографіки є доцільним щодо ЗМІ;
- ознайомитись з класифікацією інфографіки у медіа.

Предмет дослідження – інфографіка як ключовий засіб візуалізації у медіа.

Об'єкт дослідження – преса як майданчик для розвитку інфографіки.

Наукова новизна роботи полягає у висуненні та дослідженні нової наукової парадигми, яка є реакцією на зміну аудиторії. Споживачі цінують ємні та лаконічні матеріали, які підкріплені картинкою. В такому разі інфографіка для них – джерело інформації, яке спрощує важке сприйняття серйозної тематики за рахунок своєї візуалізації.

Практичним значенням роботи стане аналіз теоретичної бази та практичних способів застосування інфографіки на просторах медіа. Ця інформація буде корисна дослідникам у сфері журналістики, студентам, професорсько-викладацькому складу ВНЗ, працівникам та власникам ділових ЗМІ, які прагнуть поліпшити якість свого видання.

Ми вважаємо, що інфографіка може виступати додатковим інструментом залучення і утримання аудиторії. В процесі візуальної комунікації відбувається стимуляція обох на півкуль головного мозку читача або глядача, що дозволяє не тільки максимально швидко донести інформацію, а й зробити це найбільш ефективно, забезпечивши високий ступінь засвоєння.

Література

2. МакКендлес Д. Інфографіка / Д. МакКендлес. – М: Манн, Іванов і Фербер, 2013. – 264 с.
3. Сімакова С. І. Інфографіка: візуалізація цифрового контенту / С. І. Сімакова. – Челябінск: Вісн. Волжс. ун-ту ім. В.Н. Татіщева, 2015. – 34 с.

УДК 070(477,62-2Мар):(043) **Михайлова Ю. В.**

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАМОВНИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ

В українському законодавстві фіксовані нормативно-правові норми є обов'язковими для виконання журналістами. Але недосконалість права стає основною причиною складності регулювання інформаційних відносин. Журналісти, публікуючи замовні матеріали, порушують не тільки етичні засади і знищують довіру аудиторії до медіа, але й не несуть відповідальності за свої дії.

Актуальність дослідження полягає в тому, що на сучасному етапі публікації замовних матеріалів є проблемою українських медіа та не мають довершеного кодифікованого владного контролю.

Об'єкт дослідження – замовні матеріали в українських медіа.

Предметом дослідження є правове регулювання замовних матеріалів в Україні.

Мета дослідження – визначити особливості регулювання замовних матеріалів та дослідити взаємозв'язок замовних матеріалів з прихованою рекламою.

Замовним матеріалом у професійному колі називають проплачений журналістський текст або умовно приховану рекламу, яка спрямована на поліпшення або ж створення позитивного іміджу особи, компанії тощо. Такі повідомлення можуть розміщуватися в ЗМІ під виглядом новин або будь-якої іншої інформації. При цьому вони не маркуються, а саме тому їх часто тлумачать як приховану рекламу.

Механізм правового керування журналістської діяльності в Україні закріплен як у Конституції України, так і в інших нормативно-правових актах та обов'язковий для виконання професійними журналістами засобів масової інформації. Регламентацію норм диктують основні медійні закони в країні. До них можно віднести низку документів, які регулюють права журналістів: Закон України «Про інформацію», ЗУ «Про телебачення і радіомовлення», ЗУ «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», ЗУ «Про інформаційні агентства», ЗУ «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» та інші.

Згідно з українським законодавством в інформаційному просторі журналістські матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами. Про це йдеться у статті 59 Закону України «Про телебачення і радіомовлення», де повідомляється, що телерадіоорганізація зобов'язана … виконувати правила рекламної діяльності та спонсорства, встановлені законодавством [2]. У Законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», а саме статті 26: «Журналіст зобов'язаний … утримуватися від поширення з комерційною метою інформаційних матеріалів, які містять рекламні відомості про реквізити виробника продукції чи послуг (його адресу, контактний телефон, банківський рахунок), комерційні ознаки товару чи послуг тощо» [1]. У статті 9 Закону «Про рекламу» розглядаються основні засади розміщення рекламних повідомлень, де реклама має бути чітко відокремлена від іншої інформації, незалежно від форм чи способів розповсюдження, таким чином, щоб її можна було ідентифікувати як рекламу; реклама у теле- і радіопередачах, програмах має бути чітко відокремлена від інших програм, передач на їх початку і наприкінці за допомогою аудіо-, відео-, комбінованих засобів, титрів, рекламного логотипа або коментарів ведучих з використанням слова «реклама»; інформаційний, авторський чи редакційний 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 бути вміщений під рубрикою «Реклама» або «На правах реклами»; прихована реклама забороняється [2]. Контролює виконання законодавства України щодо прихованої реклами органи виконавчої влади, Антимонопольний комітет України, Управління взаємодії з Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України з питань реклами при Держспоживстандарті України, яке фіксує порушення у мас-медіа і співпрацює з Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення щодо моніторингу телеефіру.

Проте законодавство нашої країни щодо реклами, зокрема прихованої, дуже недосконале. Оскільки не визначено чітких ознак прихованої реклами і покарання за її застосування. Так, особливості професії журналіста відносять публікацію замовних матеріалів до порушень основних професійно-етичних засад. Безкарність у державному законодавстві за поширення замовних повідомлень й відсутність ініціативи у споживачів інформації захищати своє право на якісний медіапродукт, свідчить про те, що без активних дій ситуація зміниться ще нескоро.

У цей час важливо домогтися кодифікації основних професійних засад журналістської діяльності та посилити контроль за їх дотриманням, встановити штрафи та покарання за публікацію замовних текстів у законодавстві країни.

Тому вдосконалення законодавства є найважливішим чинником боротьби із зловживанням свободою інформації у демократичних суспільствах. Основними кроками у вирішенні даної проблеми є чітке визначення випадків зловживання та міри покарання.

Література

1. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [Електроний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2782-12
2. Закон України «Про рекламу» [Електроний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80
3. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електроний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12

УДК 070.422:355.48 **Павлій І. В.**

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ

Можна сказати, що безпосереднім фундатором, на якому зародилася українська військова журналістика, найпершими були літописні джерела. Другим чинником, що позначився більше на змісті преси, були відповідні історико-військові вірші, думи. Тому цілком слушно зазначає М. Скуленко, що українські пісні й думи «служили водночас і дзеркалом політичної свідомості народу, і засобом відображення і закріплення в народній пам'яті визначних подій історії. Протягом кількох століть думи були, фактично, єдиним доступним для народу засобом інформаційного повідомлення», [3].

Події 1848 року у Європі відкрили для української еліти нові шляхи функціонування та розвитку власного соціального устрою. У зв'язку з цим у тому ж році за ініціативою українського духовенства та інтелігенції у Львові сформувалася Головна Руська Рада, що стала тимчасовим національним урядом, і водночас першою в Галичині українською політичною організацією. Для повної політичної діяльності Ради необхідно було створити свій друкований орган для розповсюдження своїх актів та результатів громадської діяльності. У цих умовах 15 травня 1848 року побачив світ перший український політичний часопис «Зоря Галицька», навколо якого почали єднатися національно свідомі українці, [1; 42].

Чимало перших публікацій «Зорі Галицької» присвячувалося формуванню українських загонів та доцільній підтримці Австрії. Так, 27 січня 1849 року часопис повідомив, що Станіславщина (нині – Івано-Франківщина) виставила більше 17 тисяч ополченців, і детально описав організацію селянського війська у Богородчанах: «На правому крилі уставилося поверх 300 гуцулів з рушницями через плечі, на маленьких гірських кониках. На лівому крилі уставилося біля 400 кінних селян з рівнин, озброєних у коси й списи. Головну увагу звертала на себе гармата на жовто-синій лафеті з обслугою», [1; 42].

Інформуючи про навчання добровольців воєнній справі, редакція «Зорі Галицької» зазначала, що «воєнні вправи того полку відбуваються щодня з всякою належністю. Правила воєнного устрою… викладаються в руській мові, завдяки чому наші русини в науці воєнній поступили так далеко, що до кінця місяця полк буде готовий до служби», [1; 43].

Широкого поширення на Наддніпрянській Україні набуває молодіжний рух. Так, 11 лютого 1894 року В. Нагірний, В. Лаврівський, І. Боберський заснували у Львові руханкове-пожежне товариство «Соків» «для виховання в українській молоді почуття єдності, честі, сили, дисципліни». Ще швидшими темпами розвивався січовий рух. 5 травня 19 року відомий діяч Української радикальної партії К. Трильовський заснував у селі Завалля на Станіславщині перше молодіжне товариство «Січ». Члени товариства вивчали й військову справу, приділяли увагу національно-патріотичному вихованню, яке проводилося під гаслом збройної боротьби за самостійність держави. Особливу роль при цьому відігравала преса, [1; 49].

Одним з перших видань, що сприяло організації січових товариств, їх росту, була газета «Січові вісті». У її підзаголовку зазначалося, що цей літопис присвячено січовим справам, просвіті і науці. Газета друкувала статті на історичні теми, гуморески С. Руданського, давала конкретні поради щодо заснування нових січових товариств, вміщувала комплекси гімнастично-спортивних справ, [1; 51].

Водночас із «Січовими вістями» видавалася газета «Шляхи», яка була заснована на стрілецькі кошти. Призначалася вона здебільшого для студентської молоді.

Поширенню військових знань сприяла і газета «Запорізькі вісті» – друкований орган «Сокола-Батька». На її сторінках друкувалися численні статті, поради з військової справи. Публікації газети сприяли зростанню національної свідомості, на прикладах з історичного минулого закликали до необхідності побудови вільної держави, [1; 52].

З початком Першої світової війни центром воєнних подій стала Галичина. Незважаючи на різні перепони, українська інтелігенція почала формувати власне військо – корпус Українських

Січових Стрільців. Тож і преса, присвячена освітленню воєнних новин, крутилася навколо цього корпусу та отримала згодом назву «січова преса» , [1; 54].

Загалом пресу січового стрілецтва можна поділити на 3 етапи. Перший етап (1912-1914 рр.) – це становлення преси січових товариств. Її репрезентують часописи «Січові вісті», «Відгуки», «Запорозькі вісті».

Другий період розвитку преси Українських Січових Стрільців співпадає з початком Першої світової війни та хвилею визвольних змагань за волю України. Саме тоді й виникає українська військова преса, початок якої був закладений журналом Р. Купчинського «Новініада».

Із створенням ЗУНР (1918 р.) було створено Українську Галицьку Армію, налагоджується й нова система військової преси. Це можна вважати третім етапом розвитку української військової преси Галичини.

Преса Українських Січових Стрільців – це одна з важливіших ланок як української журналістики, так і її національно культури, бо журналістика – важливий чинник культури будь-якого народу. Виникає військова стрілецька преса з початком воєнних дій. Перші стрілецькі часописи, які видавалися на фронті, здебільшого писалися від руки і були надруковані на гектографі. Видавалися вони за дозволом стрілецької команди на власні кошти та на кошти з продажу. Тираж їх був неоднозначний від одного до кількох сотень примірників, [1; 61].

Коли військова преса не набула поширення, українські журналісти висвітлювали військові дії Першої світової війни в цивільних виданнях найрізноманітнішого типу. Так, Р. Купчинський на сторінках «Діла» протягом більш як 50-ти номерів, починаючи з № 49, друкував свої «Воєнні нариси», в яких описував «життє, бої, події, настрої січових стрільців». У «Віснику Союзу відродження України» серію статей про подвиги стрільців під заголовком «Сучасні легенди» подав В. Геринович; щирістю і співчутливістю до поранених січовиків відзначаються нариси С. Фодчука «Смерека», «Про недужого товариша», «Під хрестом», які були опубліковані в газеті «Українське слово». Немало публікацій видрукували на сторінках різних видань В. Бемко, М. Опока, Р. Секела, В. Дзіковський та десятки і сотні інших незнаних письменників і журналістів, [1; 65].

Величезний внесок в життя українського війська зробив щоденник інформаційного бюро армії УНР «Дзвін», що почав видаватися з квітня 1919 року у м. Здолбунові. Редакція «Дзвону», як і інші військові часописи, закликали до боротьби за державність України. Але на відміну від інших газет, цю тему реалізовувала в суто публіцистичному ключі, уникаючи використання «шапок», що практикували майже всі військові часописи, [1; 79].

Цікавим військовим виданням була газета Української Народної Армії «Український козак», що почала виходити з весни 1919 року. Про її напрям свідчать заголовки публікацій: «Чим пояснюються вороже відношення деяких кругів робітництва до самостійної України», «Чого ми повинні боротись із большевиками-комуністами» та ін., [1; 95].

Із становленням Української Галицької Армії виникає і новий тип журналістики – військова преса УГА, розквіт якої починається з січня 1919 року. Флагманом цієї преси була газета «Стрілець», перший номер якої вийшов 1 січня 1919 року в Тернополі за редакцією В. Пачовського. Оскільки це був часопис для українського війська, як було зазначено в підзаголовку газети, його редакції довелося мандрувати разом з українською армією, розділяючи з нею радість перемог і гіркоту поразок, [1; 103].

У часи партизанської війни часів Другої світової війни виходили газети «Наш фронт», «Інформатор», «Вільна Україна», що описували події на фронтах, бойові походи повстанських загонів. У деяких висміювалася політика Радянської влади і її керівників. Висміювалися особові відділи Червоної Армії, які проводили масові арешти невинних людей. Друкувалися вірші патріотичного змісту, різні жарти, комічні історії, які відбувалися з повстанцями.

У цей час офіційно починають працювати військові кореспонденти. З одного допитування повстанця стає відомо про кореспондента «Орлика», що працював у сотні командира «Бортряка», [1; 202].

Кореспонденти знаходилися чи не на передових. Так, журналіст, а пізніше письменник, Герой Радянського Союзу Сергій Борзенко не раз ходив з солдатами в атаку, з поля бою надсилав свої нариси і статті в редакції газет.

Таким чином, партизанська періодика – газети, листівки, відозви, журнали були важливим фактором мобілізації значних сил України на боротьбу проти німецько-фашистських загарбників в тилу, сприяли згуртуванню людей, їх освіченості в подіях, піднесенню морального духу і віри в перемогу над ворогом, [1; 245].

Отже, формування української військової преси почалося ще з стародавніх часів, її зародки прийшли до сучасності у вигляді історичних поем, балад, літописів тощо. Більш сучасна військова журналістика виникла на фундаменті військової преси колишніх Збройних Сил СРСР та під впливом функціонування цивільної національно-патріотичної державницької преси України. Нині вона докладає зусиль для всебічного інформування воїнів та суспільства, зближення життів армії і народу, національно-патріотичного, морального, фізичного і професійного виховання військовослужбовців, підвищення обороноздатності України.

Література

1. Горевалов С. І. Військова журналістика України: історія та сучасність: моногр. / С. І. Горевалов. – Л. : видавництво Військового інституту при ДУ «Львівська політехніка», 1998. – 338 с.
2. Іванов В. Ф. Журналістська етика / Іванов В.Ф., Сердюк В. Є. – К. : Вища шк., 2006. — 231 с.
3. Скуленко М. И. История политической пропаганды / Михаил Иванович Скуленко. – К. : Лыбидь, 1990. – 164 с.

УДК 070.11(043) **Музоватова І. І.**

РОБОТА ЖУРНАЛІСТА З ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ

У сучасному світі засоби масової інформації відіграють величезну роль. Журналісти формують громадську думку, мислять, аналізують і дають висновки всьому, що відбувається в повсякденному житті. Але перш ніж поширювати інформацію в суспільство він повинен керуватися етичними та правовими принципами. Кожному журналісту варто пам’ятати, що інформація, яку він збирає повинна відповідати певним умовам: бути достовірною, представляти суспільний інтерес та володіти інформаційною цінністю. Звідси виникає один з аспектів діяльності журналіста – творчий пошук інформації, яка може бути вилучена з самих різних джерел – події, явища, документи, люди т. і.

Для журналістики дуже важливі відношення з джерелами інформації, бо завдяки ним ЗМІ кожний день отримують актуальні новини та повідомлення. Кожен працівник ЗМІ повинен вміти находити джерела та правильно їх використовувати. Але існує маса помилок в роботі. По-перше, це методи збору інформації, які порушують професійні норми, наприклад: підслуховування або приховані відеозйомки, а також постійне питання: розкривати джерело або приховувати? Щоб не виникало ніяких проблем журналіст у своїй діяльності повинен дотримуватися професійних норм. Саме тому існує професійна етика журналіста. Однак в реальному житті журналісти не завжди користуються нормами при роботі над своїм матеріалом, деякі не вважають потрібним дотримуватися професійних принципів, головне для них це сенсації та «гарячі» факти, але все це не проходить безслідно.

З усього вище сказаного випливає, що тема професійних норм при роботі з джерелом інформації дуже цікава й актуальна для дослідження, оскільки журналісти повинні знаходити й відстоювати принципи особливо по відношенню до джерел інформації, їх дотримання має стати невід'ємною частиною професії журналіста. Збираючи факти для свого матеріалу журналіст звертається до різних джерел. Використовуючи їх, журналіст повинен бути максимально уважним, тому що найменша фактологічна неточність може привести до поганих наслідків, аж

до звільнення. Дослідник Ворошилов В.В. вважає: «Недбалість в пошуку інформації веде до того, що журналіст може дезінформувати громадськість і завдати шкоди репутації людей» [1].

Джерела інформації в журналістиці – це суб'єкт діяльності або об'єкт події, з якими журналіст вступає в тісний контакт з метою отримання потрібної інформації певного напряму і виду. Існує ціла класифікація джерел інформації, всі вони мають ряд переваг і недоліків.

Дослідник Лазутіна Г.В. виділяє три типи джерел. До першого типу відносяться документи. Документом, який може стати приводом до підготовки публікації може вважатися запис з архіву, заява, лист, прес-реліз, звіт і т.п. До другого типу джерел відноситься предметно-речова середа. Під цим терміном розуміється обстановка, яка нас оточує. Предмети і речі можуть розповісти про події, буває, не менше, ніж людина. Третій тип джерел найголовніший в діяльності журналіста – це людина. Особливість цього типу джерел полягає в тому, що вони можуть відкритися або не відкритися, оскільки людина є істотою соціальною, вона сама програмує свою поведінку і спонукати її до контакту не дуже просто [2].

Працюючи з джерелами інформації журналіст повинен обов’язково дотримуватися професійних норм. Для чого потрібні норми в журналістиці? Лазутіна Г.В. гадає, що їх призначення полягає в тому, щоб підказувати журналісту такі варіанти поведінки, які дозволяють йому з найбільшою ймовірністю досягати оптимальних відносин під час діяльності в конкретних умовах і тим самим допомагають домагатися гарного результату [2].

Першим документом, який розглянув загальні відомості про професійно-етичні норми вважається «Декларація принципів поведінки журналістів», яка була прийнята у 1954 році. А також етичні принципи розглядаються у «Кодексі професійної етики українського журналіста» та «Етичному кодексі українського журналіста», за яким стежить Комісія з журналістської етики. Працівники ЗМІ мають не тільки права, а й обов’язки, і головним з них є – говорити правду. Журналіст має бути відповідальним за те, що він публікує та каже, і якщо він не буде дотримуватися професійних норм, то журналістика перетвориться на бульварну пресу.

Правові норми журналістської діяльності визначені Конституцією України, та законами України: «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації в Україні», «Про інформаційні агентства», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» т. і.. В кожному з цих законів є норми які стосуються відношень журналіста з джерелом інформації, наприклад право не розкривати джерело інформації, крім випадків, коли його зобов'язали до цього рішення суду на підставі закону. До правових норм також відноситься стаття 182 Кримінального Кодексу України «Порушення недоторканості приватного життя», в якій пояснюється, що журналіст не має право на незаконне збирання, зберігання, використання або поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди [3]. Але, на жаль, працівники ЗМІ часто ігнорують це правило, і тим самим вони порушують і етичні, і правові норми.

До якого б джерела журналіст не звертався, він повинен дотримуватися професійних норм, використовувати тільки достовірну інформацію, і збирати її тільки чесними методами. Дотримуючись всіх норм і правил в цій професії, журналістика підніметься на новий рівень, джерела інформації стануть більш доступними, а аудиторія ЗМІ буде ще більше.

Література

1. Ворошилов В.В. Журналістика : Підручник / В. В. Ворошилов. – М. : КНОРУС, 2016. – 492 с.
2. Лазутіна Г.В. Професійна етика журналіста : Підручник для студентів вузів / Г. В. Лазутіна. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 224 с.
3. Прохоров Е.П. Правові і етичні норми у журналістиці / Е.П. Прохоров, Г.М. Пшеничний, В.М. Хруль. – М. : 2004. – 222 с.

УДК 174:070 **Друпп К. В.**

СТАНОВЛЕННЯ ЕТИКИ ТА МОРАЛІ В РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА

Одними з основних професійних норм журналістів є мораль і етика. Ці аспекти займають важливу роль не тільки в житті людини, а й усіх професій, які безпосередньо мають відношення до роботи з людьми.

Серед документів, що регулюють нормативну базу професійної етики журналіста: Декларація принципів поведінки журналістів, Міжнародні принципи журналістської етики та Кодекс професійної етики українського журналіста. Вивчення професійних норм дає можливість молодим журналістам грамотно і найбільш точно подавати всю інформацію, яку він збирає. Етичні норми, як основа підготовки журналіста грає велику роль та є фундаментом у формуванні кваліфікованого спеціаліста у цій сфері.

Актуальність роботи полягає в тому, що більшість молодих журналістів ігнорують детальне вивчення моралі, що призводить до порушень у вигляді неправильної подачі матеріалів і некоректного ставлення до людей, з якими він взаємодіє. З цієї причини ми вибрали цю тему, для того щоб детально розібрати причини такого ставлення до даних професійних норм і довести, що етика і мораль повинні стати невіддільною частиною професійних якостей журналіста.

Перед тим як безпосередньо перейти до розгляду професійних моральних і етичних аспектів, потрібно визначити що таке етика і мораль і в чому їх відмінності. У тлумачному словнику Ожегова С. І. говориться, що етика це філософське вчення про мораль, де вивчаються її норми, розвиток і характеристика [1].

Якщо казати про мораль, то в словнику Даля В. І. вона означає моральні істини та вчення, які допомагають людині правильно поводитися з іншими, з точки зору совісті [2].

Після того, як ми розібралися з визначенням етики та моралі взагалі, можемо вивести визначення етики і моралі саме журналіста. Приступенко Т.О. вважає, що службова етика журналіста – це самостійна наука, яка вивчає етичні норми й правила їх застосування у професійній діяльності. До професійної етики журналіста відносяться ті ж розділи, що і до загальної [3].

А ось якщо говорити про професійну мораль, то Лазутіна Г.В, підкреслює, що професійна мораль в журналістиці почала складатися разом з професійною діяльністю. Процес становлення норм поведінки, супроводжується контролем за їх дотриманням, що допомагає журналісту зробити свою роботу більш якісно [4].

У своїй роботі ми будемо спиратися на визначення етики та моралі саме цих авторів.

Серед правової основи яка стосується безпосередньо етики та моралі журналіста можна виділити Кодекс професійної етики журналіста і міжнародні принципи в цій сфері. В Україні немає на даний час закону, який регулював би етичний аспект журналістики, тому правовим законодавством є безпосередньо вищевикладені документи.

Якщо брати до уваги Кодекс професійної етики українського журналіста, який був прийнятий у квітні 2002 року, то можемо виділити основні етичні норми, яких повинен дотримуватися журналіст:

1) Згідно цього кодексу, який містить у собі 11 головних пунктів, одне з найголовніших завдань журналіста – це забезпечення громадян оперативною інформацією, яку він подає коректно та повно, не маючи права писати або казати неправду, та навмисно щось приховувати від одержувачів інформації.

2)Наступне не менш важливе правило в діяльності журналіста полягає в тому, що він у своїй роботі не має права ображати людей інших національностей, рас, сексуальних меншин, людей з обмеженими можливостями або будь-яких інших людських якостей.

3)Що стосується судових процесій, то журналіст не може втручатися в їх діяльність і виносити вирок ув'язненому до рішення суду.

4)Та не за яких умов журналіст не має права брати хабарі та писати статті на замовлення, особливо на користь будь-яких політичних сил або бандитських формувань.

5)Більш того, при описі будь-якого конфлікту він не може приймати одну зі сторін, а повинен об'єктивно подавати позиції усіх учасників конфлікту.

У разі ігнорування будь-якого етичного кодексу журналіст піддається осуду з боку громадськості і його справа розглядається на засіданні НСЖУ, з подальшими наслідками у вигляді втрати авторитету серед одержувачів інформації та позбавлення прав займатися журналісткою діяльністю [5].

Виходячи з цього, можемо вважати, що етика та мораль вважаються головними аспектами не тільки у житті людини та формуванні її характеру, але ще й у професії журналіста, бо це та справа, яка не прощає помилок та вважається дуже відповідальною професією та спроможна або допомогти, або завдати лиха. А етичні та моральні норми в роботі журналіста – це основа, яка допомагає поліпшити якість діяльності журналіста. Тому дуже важливо правильно використовувати всі професійні норми, а особливо – етику та мораль.

Література:

1. Толковый словарь русского языка / [ред. Л.И. Скворцова]. – М. : ОНИКС, 2014. – 1376 с.
2. Толковый словарь живаго великорусского языка Владимира Даля [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://slovardalja.net/. (дата звернення: 16.12.2017)
3. Приступенко Т. О. Теорія журналістики: Етичні та правові засади: навчальний посібник / Т. О. Приступенко – К. : Інститут журналістики, 2004. – 375 с.
4. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста / Г. В. Лазутина. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 116 с.
5. Кодекс професійної етики українського журналіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://centra.net.ua/old/codensju.htm. (дата звернення: 16.12.2017)

УДК 316.776.33:070

Московцова В. В.

ВИДИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ВПЛИВУ У ЖУРНАЛІСТИЦІ

У сучасному часі масово-комунікативні відносини пропонують взаємодію між двома суб’єктами – журналіст та аудиторія. На сучасному етапі існування, людство винайшло безліч способів комунікації аудиторії та засобів масової комунікації. Це можуть бути штучні мови типу азбуки Морзе і мови комп'ютерного програмування, а також технічні види зв'язку: радіо, телеграф, телебачення та інтернет.

У процесі виховання і навчання, а потім у професійному розвитку кожна людина опановує певною системою вербальної і невербальної комунікації і використовує її в суспільстві.

Між вербальними і невербальними засобами спілкування існує певний розподіл функцій: через вербальний канал передається логічна інформація, а через невербальне відбивається особистісне ставлення до партнера по комунікації.

Журналісти, як четверта влада, стали впливати на аудиторію не тільки за допомогою вербальних засобів (слів), а й невербальних (поза, жерсті і міміка).

Невербальне спілкування – це вплив за допомогою невербальних засобів, які супроводжують нашу мову (жести, міміка, наша поведінка під час висловлювання, зовнішній вигляд того, хто говорить, відстань до співрозмовника тощо).

Знання невербальних сигналів є найважливішою умовою ефективного спілкування журналіста з співрозмовником. Журналіст бере інформацію не тільки зі слів та спостереженням за подією, але він отримує інформацію завдяки мові поз, жестів і міміки які дають змогу зрозуміти все без слів. Знання мови жестів і рухів дозволяє не лише краще розуміти співбесідника, а й передбачити, яке враження справить на нього почуте ще до того, як він висловиться з цього приводу. Іншими словами, такий безсловесний контакт мови може попередити про те, чи слід змінити свою поведінку чи зробити щось інше, щоб досягти потрібного результату [1].

Згідно із даними досліджень А. Піза та Г. Бейтсона за допомогою слів передається всього 7% інформації, тоді як звуковими засобами – 38%, а за допомоги міміки, жестів і поз – 55 % [2].

Невербальні засоби мають своєрідну класифікацію. Деякі вчені розглядають 16 невербальних засобів спілкування – це рухи тіла, жести (рухи рук, ніг), просторове поле між співрозмовниками, вираз очей та направленість погляду, вираз обличчя, акустичні засоби (пов'язані з мовою і не пов'язані з нею), тактильні засоби (потиск руки, поцілунки), посмішка, косметика, реакції шкіри (почервоніння, зблідення), запахи (парфуми, алкоголь), одяг та його колір, манери (наприклад, тримати сигарету) та інші [3].

У печатному виданні автор статті виділяє основну інформацію іншим шрифтом. Коли читач починає читати статтю, то перше що виділяється – це заголовок. Вони виділяється крупними та жирними буквами. У печатному виданні невербальним засобом впливу на аудиторію ще можна вважати пунктуаційні знаки, які розставляються для того, щоб читач зрозумів з якою інтонацією треба читати. Адже якщо знаки розставлені не правильно, то і інформацію можна зрозуміти по-іншому. Також, якщо це стаття і має зображення, то читач розглядає їх і виносить для себе висновки. По зображенню аудиторія розуміє яка там була атмосфера і в нього проявляються емоції.

На телебаченні інтонація теж має велике значення, адже глядач може прослухати інформацію і не зрозуміти зміст. В газеті можна перечитати статтю, та розставити собі правильні знаки, щоб зрозуміти основну суть. В новинах по телебаченню тільки через якийсь час можна передивитися в Інтернеті або подивитись повтор новин. Також міміка журналіста багато має впливу на аудиторію. Журналіст на телебаченні застосовую усі види та підвиди невербальних засобів впливу на аудиторію. Людина не замислюється, що він робить під час розмови. Рухи рук, ніг, поза і міміка відбуваються підсвідомо. Під час комунікації журналіст стежить за своїм співрозмовником і за можливостю робить для себе точний психологічний портрет який формую відносини співрозмовника до себе і до подачі інформації.

Ведучому радіо програми важче контролювати свою аудиторію, так як прямого контакту не відбувається, тому що ведучий та слухач не бачать один одного. Реципієнт лише за допомогою голосу «затримується» на каналі радіоведучого. Адже радіо працює у фоновому режимі. І у сучасному світі музика в ефірі грає більше часу, ніж новини або якісь інші передачі розмовного виду. Тому що слухачу треба відволіктись від своїх справ, зосередити увагу на передачі і уявити в якій обстановці сидить, говорить ведучий на радіо. Таким чином, якщо проходило інтерв'ю, то невербальними засобами можна вважати сміх, вигуки, плач, кашель та інші сторонні звуки.

Отже, невербальними засобами спілкування та впливу журналіста на аудиторію можна вважати міміку, жести, позу, відстань між співрозмовником, інтонацію, тактильні засоби, посмішка, запахи, одяг та його колір, манери. Адже усім перерахованими компонентами невербальних засобів журналіст користується під час роботи. Дає первинну інформацію про новину та таким чином може впливати на аудиторію та її почуття.

Література:

1. Мельник Г. С. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г. С. Мельник. – 2-е изд., перераб. – Спб. : Питер, 2008. - 234 с.
2. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник / С. В. Шевчук, І. В. Клименко. – 2-ге вид. – К. : Алерта, 2011. – 696 с.
3. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навчальний посібник / Г. Л. Чайка. – К. : Знання, 2005. – 442 с.

УДК 070.422-055.1/3

Шапранова Л. О.

ПРОФЕСІЯ ЖУРНАЛІСТА – ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

У світовій академічній науці ґендерні дослідження вже давно визнані як міждисциплінарна дослідницька практика, яка використовує теорії соціальної статі, або ґендеру, для аналізу суспільних явищ. Точкою відліку для академічних досліджень ґендеру вважають 1960-ті рр. Ґендерні перетворення останнього століття сказалися, зокрема, і в значному зростанні активності жінок в різних сферах життя, в яких раніше домінували

чоловіки. Пізніше в гуманітарній науці з'явилися підходи, які вказували на необхідність дослідження питання нерівності між чоловіками і жінками. Проблеми соціальної рівності жінок та чоловіків в ЗМІ, зарубіжні дослідники почали активно розробляти в 1970-ті роки.

«Гендерна теорія стверджує, що гендерні групи людей (жінки і чоловіки) формуються не мимоволі, а цей процес має певну закономірність. Ця закономірність виявляється у стосунках влади поміж людьми різних статей» [1, с. 19].

Значну роль в залученні уваги до цієї теми зіграли самі мас-медіа. Так як вони зараз маєть влекий валив на людей. Зокрема, зростання числа жінок-журналістів та їх професійні успіхи змусили подивитися на проблему ґендерних ЗМІ значно ширше.

Роль жінок в розвитку журналістики і медіаіндустрії за останні 20-25 років стає все більш помітною, привертає увагу дослідників і практиків у всьому світі. В університетах багатьох країн створюються нові програми, присвячені ґендерним проблемам. За офіційними даними сайту «Редакторський портал», в Україні жінок-журналісток більше ніж чоловіків-журналістів. Лише 60% журналістів є жінками. Саме ця професія отримує все більше жіноче обличчя [2].

Журналістика має бути збалансованою професією, адже саме журналісти (і чоловіки, і жінки) впливають на формування суспільної думки. Існує думка, що спортивними журналістами можуть бути тільки чоловіки, але за дослідами Associated Press, ми бачимо, що жінки також часто працюють у цій сфері. За результатами дослідження Смирнової О., вони складають 6% спортивних редакторів та 10% помічників спортивного редактора [3].

На сьогодні ґендерні стереотипи є дуже обговорюваним явищем, але його мало хто дотримується. Не тільки жінки намагаються «проникнути» у чоловічі сфери, а й чоловіки у жіночі. Нерідко трапляється, що чоловіки працюють у чисто жіночих журналах та вважаються чудовими фахівцями. Особам жіночої статі доводиться докладати більше зусиль, ніж чоловікам, щоб довести, що вони також можуть обіймати високі посади. Але іноді між чоловіками та жінками трапляються деякі подібності, на які, частіше за все не звертають уваги, хоча вони є не менш важливими.

Перш за все, і журналістам-чоловікам, і журналісткам-жінкам необхідно враховувати інтереси та мотиви аудиторії.

На сьогодні практично немає наукових досліджень про те, як конкретно проявляються ґендерні особливості в формі та змісті журналістських матеріалів. В основному, вчені досліджують ґендерні стереотипи при висвітленні жінок в ЗМІ. Ще менше інформації про вплив на журналістику природних особливостей чоловічого та жіночого. Чи залежить від ґендерного балансу якість журналістики в цілому, хто все ж краще, цікавіше, важливіше, з точки зору ґенерації ідей, замикання контекстів – поки ці питання можуть лише оцінити роботодавці, колеги і читачі.

Попри значне зростання масиву робіт питань ґендеру, практично немає таких, де б розглядалися та оцінювалися ґендерний аспект в професії журналіста. З останніх можна назвати праці Ю. Маслової [4], А. Бородкіної [5] , О. Поспелова [6], О. Першиної [7].

Говорячи про західних дослідників феномена ґендерної нерівності в ЗМІ, необхідно назвати перш всього таких, як С. Байєрлі, Р. Росс, М. де Бруин, Л. Фонзоон, М. Дьерф-П'єр та ін [8].

Особливої уваги наразі потребує вивчення ґендеру на прикладі регіонального інформаційного простору.

Література

1. Маєрчик М. Гендер для медій / Маєрчик М., Плахотнік О., Ярманова Г. – Київ : Критика, 2013. – 220 с.
2. Сагайдак А. Журналистика в Украине: женская профессия и дело молодых [Електронний ресурс] / А. Сагайдак // Редакторский портал. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://redactor.in.ua/ru/actual/5709.Zhurnalistika_v_Ukraine_zhenskaya_professiya_i_delo_molodih. Дата першого відвідування : 06.12.17
3. Смирнова О.В. Гендерные исседования профессии журналиста / О.В.Смирнова // Медиа

альманах – 2012. – № 5 – С. 18-28.
4. Маслова Ю.П. Концептосфера гендерного дискурсу ЗМІ / Ю.П. Маслова // Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні. – 2012. № 18. – С. 57-69.
5. Бородкіна А.С. Особистість журналіста у сучасних ЗМІ / А.С. Бородкіна. // Сучасні медіа комунікації. – 2015. – 7. – С. 9-11.
6. Поспелова О.В. Гендерный подход к изучению медиадискурса / О.В. Поспелова // Актуальные проблемы журналистики. –2004. – №8. – С. 13-16.
7. Першина О.Є. Гендерні стереотипи та засоби масової комунікації / О.Є. Першина // Гуманіиарний вісник СДІА. – 2005. – №23. – С. 110-115.

УДК 373.3/.5.091.3 **Мальцева Г.С.**

ВИКОРИСТАННЯ ДИТЯЧИХ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ШКОЛЯРІВ МОЛОДШИХ КЛАСІВ

Медіаосвіта як процес розвитку й саморозвитку особистості на матеріалах та за допомогою засобів масової комунікації покликана формувати культуру комунікації, уміння усвідомлено сприймати, критично осмислювати, інтерпретувати медіатексти з метою розширення загальних, соціокультурних та професійно значущих знань, комунікативних та творчих здібностей сучасного учня.

Сучасна освіта немислима без використання засобів масової комунікації й інформаційних технологій. Засоби масової комунікації виконують безліч функцій: інформаційну, виховну, просвітницьку, розважальну та ін. Власне кажучи, сучасні ЗМК стали системою неформальної освіти й просвіти різних шарів населення.

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 різних галузей [1].

Спроби впровадити медіаграмотність у школах є справою важливою та потрібно. Так, вивчивши декілька експериментів, ми можемо провести паралелі, визначити недоліки та урахувати при створенні нашого матеріалу для школярів.

Більшість науковців вважають, що медіаграмотність спрямована на те, щоб правильно орієнтуватися, створювати, аналізувати, оцінювати медіатексти, розуміти соціокультурні та політичні грані функціонування медіа в сучасному світі, тому за основу візьмемо результати експерименту ефективності та досвіду упровадження медіаосвіти (МО) в загальноосвітніх школах (ЗОШ) у різних регіонах України.

По-перше медіаосвіта в загальноосвітніх школах України впроваджується завдяки вдалому поєднанню зусиль Академії української преси, яка підготувала на своїх школах основну групу вчителів, координаторів/ викладачів в ОІППО, та Інституту соціальної та політичної психології АПНУ, розробником концепції експерименту, в якому взяли участь школи з десяти областей України [2].

По-друге, так як зазвичай впровадження знань про МО відбувається з залученням старших класів, то ми зупинимось на дисципліні медіаосвіти для дітей молодшого шкільного віку. Також, для спрощення донесення інформації на уроці, ми використаємо дитячі мультиплікаційні фільми як одне з джерел формування медіаграмотності.

Об’єктами нашого дослідження слугують зарубіжні та російські мультфільми. Ми проаналізуймо як за допомогою анімаційних фільмів можна формувати навчальні уроки про медіаграмотність.

Необхідність розвитку медіаграмотності саме в молодшому шкільному віці обумовлена такими факторами:

По-перше, такий вік є важливим періодом для інтелектуального, фізичного і психоемоційного розвитку дитини.

По-друге, сучасний школяр має, як правило, досить значний аудіовізуальний досвід: активно спілкується з телевізійною, комп'ютерною, відео – і звукозаписною технікою, володіє навичками поводження з мобільною телефонією і т. ін.

По-третє, учні, що стикаються з постійно зростаючим потоком інформації (навчальної, медійної), мають значні труднощі, коли їм необхідно самостійно критично оцінити отриману інформацію, виявити не тільки інтелектуальну і пізнавальну активність, але й особистісну, суб'єктивну позицію, творчу індивідуальність. Адже чим раніше дитина зможе розуміти яку інформацію їй дають, тим краще вона буде аналізувати інформацію з навколишнього світу.

Ми поставимо за мету навчити нове молоде покоління "читати" аудіовізуальний текст як друкований, познайомити з закономірностями й особливостями різних засобів масової інформації, тобто допомогти учням стати медіаграмотними і медіакомпетентними.

Щоб зрозуміти, як діти реагують та розуміють інформацію про медіа продукти, ми поставимо за мету провести перший урок з показу мультфільму «Смішарики». Смішарики — мультиплікаційний серіал, орієнтований на загальну аудиторію. Зроблено в рамках освітнього проекту «Мир без насилия» та проводиться за підтримки Міністерства культури.

«Остання веселка» - таку назву має серія, про шебутного зайчика Кроша и іжачка Ежика, що вирішили видавати газету. Вони друкували різні матеріали, написані жителями країни, але Крошу не подобався формат нудних та нецікавих новин. І в одну мить він вирішив змінити новини на страшні та інтригуючи, а так як таких не було, то зайчик вирішив їх просто придумати. «Заголовок повинен бути такий, щоб пристрасть як цікаво було. Заголовки повинні кричати... ну щоб нудно не було» - говорить Крош [5].

Після перегляду дітям, у формі гри, надаються запитання:

1. Чи зрозуміли діти, хто такий журналіст і яка його робота?
2. Чи правильно збирали матеріал персонажі мультфільму, чи правдивими була їх робота?
3. Чи винен Крош в тому, що в його біді сумнівалися?

Так, мі зрозуміємо, на що діти звертають увагу та як можна змоделювати та проводити наступні уроки.

У подальшому навчанні діти зможуть глибше розуміти такі терміни та поняття, як «масова комунікація», «медіа», «комунікація», «інформація», «журналістика», «медіасвіт». Розкриття поданої професії будемо розривати з кожним уроком у формати гри з переглядом фрагменту мультфільму.

Проаналізувавши різни анімаційні фільми різних країн та студій, ми зробили висновок, що образи журналістів здебільшого направлені на формування у дитини позитивного враження від праці журналіста, намагання показати роботу журналіста зсередини. Вони вказують, що гарна робота вдається тільки тоді, коли журналіст старанно працює над сюжетами, шукає та використовує свій розум, вчиться, підтримує інших людей. Гуманне ставлення і розуміння своєї аудиторії сприяє тільки покращенню сюжетів та текстів. Також, в мультфільмах демонструють і поганих журналістів, але дають зрозуміти, що зло та жага до визнання не зроблять тебе кращим та першим. Тому, мультиплікаційні фільми для дітей, в яких створено образи журналістів, цілком можуть слугувати засобом формування основ медіаграмотності у дитини, а також створити позитивне враження від професії в цілому.

Література

1. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: Лекції / Зражевська Н. І. – Черкаси: Брама – Україна, 2006. – 172 с.
2. Впровадження медіаосвіти у школах: результати дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/vprovadzhennya_mediaosviti_u_shkolakh_rezultati_doslidzhennya/
3. Чемерис І. М. Формування професійної компетентності майбутніх журналістів засобами іншомовних періодичних видань / Чемерис І. М. Автореф. канд. педаг. наук за спец. 13.00. 04 – теорія та методика професійної освіти. – Київ, 2008. – 24

4. Федоров А.В. Медиаобразование будущих педагогов / А.В. Федоров. - Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. – 314 с.
5. Смешарики [Електронний ресурс]. – Режим доступу до порталу: https://www.youtube.com/watch?v=jWwvuKaFsJc

УДК 070.489(477.62-2) **Колодяжний А. К.**

ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Від ефективності діяльності політичних комунікацій у Донецькій області сьогодні, здебільшого, залежить і результативність протікання політичної комунікації як одного з ключових напрямів соціальної комунікації на всіх основних рівнях суспільної системи в Україні.

Основною метою цієї роботи є аналіз основних напрямів регіональних політичних комунікацій в умовах економічних, політичних, ідеологічних зрушень, які відбуваються в сучасному українському суспільстві, та їхньої ролі у функціонуванні інформаційно-політичної сфери. Для досягнення вказаної мети необхідно вирішити декілька завдань: розглянути політичні комунікації у Донецькому регіоні як важливу складову соціального інституту масової комунікації; виявити особливості функціонування регіональних мас-медіа як суб'єкта політичної комунікації в умовах сучасної України; з'ясувати характер висвітлення діяльності депутатів міської ради на сторінках міських видань [1].

Оскільки Донецька область є особливим регіоном, адже регіональні комунікації відбуваються в умовах функціонування військово-цивільної адміністрації, то вони не можуть трактуватися як тільки регіональні (від успіху регіону залежить розвиток країни). Також це зумовлено тим, що загальноукраїнські, регіональні і міські партії концентрують свою діяльність саме в нашому регіоні.

Досвід діяльності закордонних мас-медіа свідчить про те, що ЗМІ можуть бути важливим елементом політичного розвитку суспільства, здатні виконувати набагато ширші функції, ніж інструментальні, бути активними агентами регіональної політичної комунікації та утворити поле для широкого суспільного діалогу, стати точкою дотику між політиками та громадськістю. Тому, слід зазначити, що наявність політичної комунікації в регіонах може відображати зацікавленість влади, щодо вирішення проблем, демонструючи ці рішення через ЗМІ.

Суттєвою особливістю є те, що кожна політична партія, створюючи власні інформаційні потоки, робить їх одночасно частиною загальнонаціонального та регіонального інформаційного простору. Тим самим зумовлена специфіка їх існування: з одного боку, вони відчувають на собі потужну силу глобалізаційних впливів, які проявляються, на нашу думку, перш за все, в інформаційно-комунікативній сфері, дію національних умов та чинників діяльності системи масової комунікації, а також є основним елементом інформаційної структури регіону, його головною комунікаційною складовою. Це потребує від регіональних політичних партій та адміністрацій не лише відповідальності за свої дії в політичній, соціальній, економічній та інших площинах, але й вагомих зусиль на шляху затвердження своїх позицій та здобутків у процесах політичної комунікації, реалізації політичного впливу та підвищення ефективності власної діяльності [2].

Актуальність дослідження полягає в тому, що саме на сході країни політичні комунікації відображають сутність як внутрішньополітичних, так і зовнішніх проблем. Разом із тим по мірі того, як розвиваються політичні комунікації, зростає чисельність нових законів, які вплинуть на соціальну та воєнну складові країни. ЗМІ мають демонструвати політичні рішення саме регіональних осередків політичних сил. Адже з цього буде будуватися фундамент, який відобразить ставлення влади до народу та території. Оскільки до політичних комунікацій входять: дипломатичні та воєнні структури урегулювання, робота волонтерів, інвесторів, тому саме їм необхідно приділити особливу увагу.

Об'єкт дослідження – комунікації Донецької обласної військово-цивільної адміністрації, політичних партій «Батьківщина», «Основа».

Предмет дослідження – особливості регіональних політичних комунікацій на прикладі Донецького регіону.

Мета дослідження – виявити специфічні особливості політичних комунікацій Донецького регіону.

Реалізація мети передбачає розв'язання низки дослідницьких завдань:

- опрацювати наукову літературу за обраною темою;
- визначити політичні партії, що активно здійснюють вплив на політичні комунікації Донецького регіону;
- з'ясувати основні комунікативні канали, через які здійснюються політичні комунікації;
- здійснити моніторинг зазначених каналів;
- виявити специфічні риси політичних комунікацій донецького регіону.

Робочою гіпотезою є припущення щодо наявності у регіональних політичних комунікаціях рис, притаманних загальноукраїнським політичним комунікаціям, а також рис, пов'язаних із специфікою електоральних уподобань мешканців регіону.

Література

1. Регіональний портрет України / За заг. ред. Ю. Тищенко. – Київ : Український незалежний центр політичних досліджень, 2003. – 336 с.
2. Основы теории коммуникации : учебник / Под ред. проф. М.А. Василика. – Москва : Гардарики, 2003. – 615 с.

УДК 070.431.2(477)

Гапешко Н. С.

ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА У МАТЕРІАЛАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ «ІНТЕРФАКС-УКРАЇНА» ТА «УНІАН»

Економічна журналістика - це різновид журналістики, що висвітлює актуальні проблеми життєдіяльності суспільства через призму економічних показників та індикаторів.

У роботі будь-яких ЗМІ набуває значення проблема ефективності журналістської діяльності. Поліпшити свою діяльність і збільшити вплив на суспільство засоби масової інформації можуть лише за умови повного і досконального вивчення своїх можливостей. Потік інформації є необхідною соціальною системою, який, функціонуючи, орієнтує кожну особу, що перебуває у високій інформаційній насиченості. Кожен громадянин постійно перебуває в інформаційному потоці. Ефективність тієї чи іншої інформації, якщо вона організована, прямо пропорційна її об'єктивності, спрямованості та актуальності. Якщо офіційні повідомлення не відповідають потребам, не дають певної відповіді на питання, що хвилюють людину, роль неорганізованої інформації зростає, і навпаки.

Ділові медіа в інформаційних агентствах «Інтерфакс Україні» та «УНІАН», як необхідний елемент ринкової економіки, фактично виконують бізнес комунікацію. Контент економічних медіа має широкий тематичний діапазон, є включення політико-економічної інформації, бізнесової та власне економічної. Будь-яка перевірена економічна тематика, відноситься до ділового медіа, тобто якісного медіа [1].

В економічних матеріалах інформаційного агентства «Інтерфакс-Україна» міститься власне економічна та фінансова інформація, необхідні для прийняття управлінських рішень. Публікуються офіційні документи та коментарі до них.

В економічних матеріалах інформаційного агентства «УНІАН» є успішною бізнесова інформація. Присутнє намагання популяризувати серед мас ринкову свідомість, поінформувати якомога більшу аудиторію щодо подій у бізнесовому середовищі. Окрему групу становлять новини та аналітичні матеріали галузевого спрямування.

Метою дослідження є проаналізувати представленість економічної проблематики у новинних стрічках та аналітичних матеріалах двох провідних українських інформаційних агенцій [2].

Актуальність дослідження зумовлена нагальною потребою у підвищенні економічної грамотності українців, чому можуть сприяти медіа у разі грамотної подачі економічної інформації.

За робочу гіпотезу взято припущення щодо наявності у новинних стрічках та аналітичних матеріалах інформаційних агенцій наступної проблематики, що може вважатися економічною:

-обмеженість ресурсів;
-чесність обміну та ціни;
-якість товарів та послуг;
-дисбаланс в інформуванні;
-підвищення доходів (здебільшого матеріали про успішних бізнесменів);
-можливості збагачення;
-благодійність;
-зовнішні ефекти й бізнес (забруднення навколишнього середовища, шум, якість інфраструктури) тощо.

Виявлення матеріалів зазначеної проблематики дозволить надати їм кількісних та якісних характеристик, порівняти кількісні та якісні показники представленості економічної проблематики у матеріалах двох провідних українських інформаційних агенцій.

Література:

1. 1.Брадов В.В. Бізнес-моделі медіа: український досвід / В.В. Брадов. – Київ : Україна, 2013.
2. Фролова Т.Ф. Информационные агентства. Как создаются новости / Т.Ф.Фролова. – Москва : Наука, 2015. – 90 с.

УДК 070.447(477):342.726-056.26 **Донєва М. Р.**

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА

Проблема висвітлення людей з інвалідністю є гострою в усьому світі, і в Україні відповідно. Багато ЗМІ приходять у глухий кут, не знаючи, як правильно розкрити дану тему, щоб не образити нічиїх почуттів і при цьому об'єктивно донести інформацію.

Журналісти, як найважливіший фактор формування громадської думки, несуть за собою велику відповідальність за правильне надання інформації, що стосується людей з інвалідністю. Багато хто, намагаючись допомогти їм, волають до загального співчуття, але при цьому, не всі люди з обмеженими здібностями сприймають до себе жалість, вважаючи її образою своїх почуттів.

Інвалідність у ЗМІ часто представляють, як геройство, що не є коректним. Інваліди не герої: вони просто навчилися жити – з урахуванням своїх обмежень, що, безумовно, гідно поваги, але це не героїзм. Акцент на цій стороні питання виділяє інвалідів з товариства, а мета журналістів, створити умови для того, щоб інваліди були прийняті суспільством і стали сприйматися, як рівні люди, які мають інвалідність [1].

Українське суспільство недостатньо розвинене для повного прийняття людей з інвалідністю. В українських містах, а особливо селах, люди з інвалідністю зустрічаються на вулиці досить рідко, хоч вони там і присутні. Це відбувається через нестачу облаштування умов. Немає можливості спуститися на візку в метро або зайти до громадського транспорту, відсутні умови для вільного пересування. А в багатьох навіть не пристосований вихід з власної оселі. Через це суспільство майже не контактує з людьми з обмеженими можливостями і

єдиною сполучною ланкою між цими двома точками, є ЗМІ. На плечі журналістів лягає зобов'язання за розкриття для своєї аудиторії прав і тонкощів по відношенню до таких людей.

Також існує проблема з правильним підбором термінів. Є ряд слів і виразів, які вкрай не рекомендують вживати при спілкуванні, і тим більше в журналістських матеріалах. Ці вирази можуть образити людей з інвалідністю та створити не правильне враження. Однак, не всі журналісти дотримуються цієї умови, з-за чого ставлять під сумнів свою компетентність і втрачають повагу своєї аудиторії.

У темі, що стосується людей з обмеженими фізичними можливостями, є багато суперечностей з приводу того, яке слово краще вживати: інвалід, людина з обмеженими можливостями, людина з особливими потребами тощо [2].

При висвітленні даної тематики, журналісти часто вдаються до зведення на п'єдестал героя свого матеріалу. Щоб не образити людину, вони розкривають лише позитивні його якості.

У багатьох телерепортажах, присвячених інвалідам, розповідається про їхні творчі здібності або спортивні досягнення (або якісь суперздібності). Зазвичай ведучий заздалегідь готує аудиторію до розповіді про людину, дивовижну, сміливу, яка робить те, що не можуть зробити багато здорових людей. Однак вкрай рідко в сюжетах показано звичайне життя й умови (якщо вони не страхітливі), необхідні для того, щоб людина не відчувала себе інвалідом, жила, працювала і вчилася так само, як і її оточення [2].

Журналіст зобов'язаний формувати громадську думку в правильному руслі, щоб звернути увагу на головні проблеми життя людей з інвалідністю. Він не повинен принижувати їх здатності або значимість, а повинен допомогти адаптуватися в суспільстві. Звернути увагу влади на труднощі, з якими зустрічаються такі люди. Показати, що вони повноправні члени суспільства, і мають право користуватися всіма можливостями, які їм пропонуються. Спілкування з людьми з обмеженими здібностями має відбуватися без акцентування на недоліках, а на рівні звичайних дорослих людей.

Тему принципів та стандартів журналістики загалом і соціальної зокрема досліджували такі українські науковці, як В. Іванов, О. Чекмишев, В. Різун, В. Сердюк, В. Качкан, І. Мащенко, А. Москаленко, К. Шендеровський, Т. Шев ченко, А. Топчій, О. Лаврик, а також західні фахівці К. Майер, Е. Фіхтеліус, М. Стівенс [2].

Отже, можна зробити висновок, що тема висвітлення проблематики людей з інвалідністю хоч і була досліджена багатьма вченими, не є повністю розкритою і проаналізованою, так як присутні розбіжності у правильній відповідності термінів. Журналісти допускають помилки при написанні матеріалів, не розкриваючи суть самого інформаційного приводу, що спричинив дану публікацію, а підносячи в очах суспільства геройство людини з інвалідністю. Однак цим вони не завжди роблять послугу, так як викликають почуття жалю до своєї аудиторії, коли інваліди борються з цим кліше.

ЗМІ несе за собою відповідальність формування громадської думки. Вони зобов'язані розкривати тільки об'єктивну інформацію і надавати правильні дані у своїх публікаціях. Для цього необхідно знати всі нюанси і критерії освітлюваної теми, щоб не припустити помилки у термінології.

Висвітлення соціальної проблематики потребує особливого підходу журналістів. Крім професійних журналістських стандартів, слід враховувати специфіку кожної соціально вразливої групи, про яку прямо чи опосередковано розповідається в матеріалі [2].

Література

1. Центр подготовки журналистов, пишущих о правах журналистов [Электронный ресурс] / Электрон. текстовые дан. – Н. Новгород, 2008. – Режим доступа: http://www.imyvmeste.narod.ru/appealing.htm (29.11.2017)
2. Михайлова О. П. Стандарти відображення проблем людей з інвалідністю в теленовинах [Електронний ресурс] / О. П. Михайлова. – Електрон. текстові дан. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/12/Main/articles/mykhaylova-oksana-the-standards-in-coverage-of-problems-of-physically-challenged_21901.pdf (29.11.2017)

УДК 070.447(477):342.726–053.4 **Кумуджиєва В. К.**

ВИСВІТЛЕННЯ У ЗМІ ПРАВ ДИТИНИ

Індивідуальний план розвитку дитини, перш за все, має враховувати права дитини, а саме: забезпечення – тобто права, які надають доступ до певних благ і послуг; захист – право бути захищеним від певних дій; участь – право діяти за певних обставин і право бути залученим до процесу прийняття рішень. [1]

Працівники ЗМІ відіграють важливу роль в мобілізації суспільства навколо прав дітей. Вони можуть бути залучені в цю місію головним чином в якості інформаторів. Як контролери, що діють у суспільних інтересах і просувають демократичні зміни, вони також відіграють важливу роль у процесі поліпшення зображення дітей, їх прав та перспектив.

Всі журналісти та працівники ЗМІ зобов'язані не тільки підтримувати високі етичні та професійні стандарти, але і сприяти у своїй галузі якомога ширшому поширенню інформації. Засобам масової інформації слід розглядати порушення прав дітей та питання, пов'язані з безпекою дітей, конфіденційністю, освітою, охороною здоров'я та соціальним забезпеченням, і всіма формами експлуатації, виносячи важливі питання для дослідження і публічних дебатів. Крім того, одночасно ЗМІ не повинні розслідувати і повідомляти про умови для дітей тільки один раз, але постійно висвітлювати процес, який може привести або приводить до виникнення таких подій.

Журналісти, які висвітлюють цю область, повинні бути знайомі з питаннями захисту дітей та її політики, пропонувати її критику, забезпечити чутність критичних голосів, контролювати організації та уряди, щоб бачити, що така політика дотримується.

Міжнародна федерація журналістів включила права дитини в кодекс професійної етики і здійснює програми з підвищення інформованості. Це підтримує міжнародний обмін передовим досвідом між профспілками, протидія комерційному тиску на журналістів і ЗМІ для переваги сенсаційних новин і надання дітям можливостей бути побаченими і почутими.

Захист дітей означає захист від заподіяння їм шкоди, як навмисного, так і ненавмисного. У своїй простій формі, захист дітей вказує на право кожної дитини не зазнавати шкоди. Воно доповнює інші права, що забезпечують дітям отримання те, що їм потрібно для того, щоб вижити, розвиватися і процвітати. Захист дітей охоплює широке коло важливих і різноманітних питань.

Порушення прав дитини на захист, на додаток до порушень прав людини, також мають масовий характер, якщо вважати далі визнаних і занижених бар'єрів для виживання і розвитку дитини. Успішний захист підвищує шанси дитини вирости фізично і психічно здоровим, впевненим і в самоповазі, і бути менш схильним до насильства.

Основна мета захисту дітей полягає у впевненості, що всі ті, хто зобов'язаний це робити, визнають, що це їх обов'язок, і в стані його виконати. І знову журналісти повинні ставити питання людям, зайнятих забезпеченням захисту дітей. Чи є вони належним чином підготовленими? Перевірили їх самих на безпеку? Виходячи з етичних і правових імперативів, захист дітей є справа всіх на всіх рівнях суспільства в кожній його функції. Це створює обов'язки уряду, суддів, співробітників поліції, вчителів, лікарів, соціальних працівників, працівників охорони здоров'я, батьків і засобів масової інформації. Ці обов'язки можуть бути відображені в правових нормах, які приймає країна. Вони також можуть бути відображені в тому, що уряди роблять, в тому числі при розподілі ресурсів. Вони знаходять все більше відображення в нормативних положеннях і керівних принципах засобів масової інформації.

Права людини завжди будуть одним з найважливіших компонентів журналістики, але більшість ЗМІ не поінформовані або навіть неосвічені в питаннях, пов'язаних з правами людини. Освіта в галузі прав людини і прав дитини – це перший крок, щоб допомогти журналістам писати про це. Журналісти, які знайомі з питаннями прав дітей, мають весь необхідний інструментарій, щоб грати роль сторожа. Вони можуть бути очима і вухами громадськості і допомогти забезпечити, щоб люди, особливо в суспільному житті, діяли

правильно і чесно. Міць мови і зловживання ним може також вплинути на уявлення аудиторії про порушення прав людини.

Репортажі та кореспонденції, пов'язані з дітьми, вимагають особливих журналістських навичок, наприклад, історія про боротьбу з торгівлею дітьми вимагає хороших навичок розслідування. Репортажі-розслідування - це завжди детальне поглиблене вивчення протягом часу. Суть цього жанру в пильній увазі до інтерв'ю, побудоване таким чином, щоб будувалося досьє, з якого можуть бути зроблені якісь загальні висновки. Воно часто включає дослідження закону в пошуках інформації, коли суспільний інтерес має першорядне значення. Ключове значення має те, як ми звертаємося з предметом, як ми підходимо до цих питань, а не тільки те, що ми працюємо безпосередньо з дітьми в якості джерел.

Як завжди, журналісти спираються в роботі з матеріалами, в тому числі з тими, які стосуються прав дитини, на основні цінності – дієвість, актуальність, близькість, конфлікт, сучасність, новизну і зв'язок з дійсністю. Без цих цінностей навіть хороша історія може здатися або боротьбою за права журналістів, або боротьбою за права дитини, вона не буде викликати співчуття аудиторії.

За допомогою вдосконалених технологій і нових розробок використання ЗМІ значно зросла в останнє десятиліття, надаючи людям можливості покращення доступу до інформації та розширення знань. Ці успіхи дозволяють добиватися більшої участі дітей і молоді в засобах масової інформації, значить, і в суспільстві в цілому, з точки зору інформування, підтримки і впливу на своїх однолітків, а також дорослих. Залучаючи дітей, ЗМІ можуть досягти нових максимумів в перспективі.

Література

1. Права дитини: від витоків до сьогодення : зб. текстів, метод. та інформ.матеріалів : метод. видання / авт.-упор. Г. М. Лактіонова (кер.), Л. В. Пироженко, О. В. Сухомлинська. – К. : Либідь, 2002. – 280 с.
2. Права дитини : посібник для журналістів / авторська група: Зорина О'Доннелл, Дмитро Коник, Людмила Логінова, Лариса Байда, Дмитро Брук. – К. : ЦШСЕК, 2002
3. Чиж Э. Права ребенка : что надо знать, прежде чем говорить о правах ребенка / Э. Чиж. – М. : ПрессВайз, 2004. – 40 с.

СЕКЦІЯ
ДИСИДЕНТСЬКА ПУБЛІЦИСТИКА В ІСТОРИЧНІЙ РЕТРОСПЕКТИВІ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВА

УДК 070:82-92

Чурікова В.В.

ПУБЛІЦИСТИКА ГРЕКИНІ ПРИАЗОВ'Я ТА ДИСИДЕНТКИ РАЇСИ МОРОЗ

Інформаційний опір діям радянської влади за допомогою публіцистики – один із методів дисидентів для розвитку власної української державності. Важливий внесок у творчу спадщину відомих діячів, які відстоювали розвиток української мови та культури зробила публіцист Раїса Мороз. Дружина дисидента Валентина Мороза активно підтримувала чоловіка, не дивлячись на страх самою бути ув'язненою, як це сталося з її чоловіком. Вже після його звільнення емігрувала до Америки та почала публіцистичну діяльність.

Метою данного дослідження є аналіз творчого доробку дисидентки Р. Мороз.

Поставлена мета зумовлює необхідність вирішення наступних **завдань**:

1) ознайомитися з бібліографією публіциста та наукової літературою за темою дослідження;
2) з'ясувати особливості публіцистичних текстів дисидентки;
3) визначити роль публіцистики Раїси Мороз як альтернативної до радянських ЗМІ.

Публіцистичну спадщину українських дисидентів розглядали такі науковці як І. Дзюба, В. Дончик, О. Обертас, О. Мельникова, В. Деревінський, Н. Дзьомба, Л. Василик.

Через тиск радянської системи, внутрішніх переконань та західної підтримки зародився дисидентський рух в СРСР. Заборонені публіцистичні твори українських дисидентів функціонували як альтернатива домінуючої моделі радянської культури. Влада в тоталітарних країнах завжди боролася з такими альтернативними потоками за допомогою цензури, репресій, щоб стримати заборонені типи текстів, творів мистецтва від поширення. За радянських часів, зокрема у 1960–1980-х рр., дисиденти несли свої альтернативні ідеї та знання за допомогою самвидаву, публіцистичних виступів, художніх творів, передавали тексти за кордон, щоб транслювати на радіо. [1]

Активно дисидентів публікували тамвидав і офіційна преса Західної Європи та США. Резонанс міг бути двох типів: резонанс із західними ЗМІ, що в результаті давало ретрансляцію цих повідомлень назад в СРСР, а такожрезонанс з масовою свідомістю всередині держави.[2]

До активної творчої діяльності Р. Мороз долучилася у перший рік після еміграції. Дружина дисидента працювала в Нью-Йорку на півставки в журналі «Сучасність». Її перша публікація була написана завдяки редактору журналу Ю. Шевельову, який заохотив Р. Мороз написати статтю про приазовських греків. [3]

Письменниця працювала позаштатним кореспондентом «Голосу Америки» у Вашинґтоні. В її перших репортажах-враження з Америки наявні художньо-публіцистичні прийоми. Потім Р. Мороз переїхала до Канади, де продовжила посилати до газети свої тексти. Перекладала на українську статті, книжки з англійської, німецької, польської та російської мов. Особливо її цікавили матеріали про становище України у складі СРСР, про долю політв'язнів з України. Наприклад, вона вибірково переклала й переказала монографію Я. Гросса «Революція, нав'язана з-закордону» (1988р.) – працю про захоплення у 1939 р. Західної України й Західної Білорусії, про терор, арешти, розстріли і депортації в товарняках до Сибіру. [3]

Її публіцистика складається з матеріалів американських та канадських україномовних газет на теми радянської політики в Україні. Серед них: «Чому під скорочення потрапляє тільки українська преса» 1987 р.), «Новий альянс – КГБ і РП церква», що опубліковані у 1987 і 1988 роках.

Отже, публіцистика Р. Мороз має широке історичне значення для українського дисидентського руху. Публікуючи свої твори в українських закордонних виданнях, автор звертала увагу світового суспільства на проблему українського народу у вигляді радянського утиску.

Література

1. Мельникова О. С. Роль дисидентських текстів в інформаційному просторі Радянської України 1960-1980 рр. / О.С.Мельникова // Журнал «Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації». - Запоріжжя, грудень, 2014. – Т.4(20). – С. 22 – 25.
2. Мельникова О. С. Дисидентська комунікація: причини і наслідки / О. С.Мельникова // Світ соціальних комунікацій: наук. журн. [за ред. О. М. Холода]. – Т. 6. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2013. – С.31 – 34
3. Овсієнко В.В. Мороз Раїса. Противітру. Спогадидружиниукраїнськогополітв`язня [Електронний ресурс] / В. В. Овсієнко. – Точка доступу: http://museum.khpg.org/index.php?id=1226043346

УДК 070:82-92

Прокопчук Е.І.

СВІТОГЛЯДНА ПУБЛІЦИСТИКА ЄВГЕНА СВЕРСТЮКА

Світоглядна публіцистика відображає основні людські проблеми філософського, духовного, соціального характеру. Визначення «світоглядна публіцистика» запропонував М.Шлемкевич, який говорить про те, що публіцистика є ділянкою духовної культури, близької до науки, мистецтва, релігії. Світоглядна публіцистика утверджує суспільну думку на

різноманітні життєві явища, формує моделі людської поведінки, досліджує суспільні пріоритети.

Об'єктом даного дослідження є світоглядна публіцистика, **предметом** – її особливості у творчості Євгена Сверстюка. **Мета** дослідження полягає у аналізі творчого доробку автора, виявленні основних ідей матеріалів дисидента. Дисидентські комунікації вплинули на загальний інформаційний потік, формуючи нову картину світу. У населення змінювався світогляд, емоційне відношення до конкретних об'єктів і суб'єктів з негативних на позитивні, або навпаки. [1, 6]. Сьогодні все більш актуальним стає звернення до світоглядної публіцистики Євгена Сверстюка, як одного з провідних діячів дисидентського руху. Особливістю світоглядної публіцистики Є. Сверстюка є відстоювання вічних цінностей. У своїй публіцистиці він звертається до понять свободи, істини, краси і добра. Високий інтелектуально-полемічний рівень творчості Є.Сверстюка забезпечується здатністю письменника широко бачити проблемне явище та осмислювати його. Євген Сверстюк зміг взяти на себе місію розвивати "проповідницьке літературознавство". Це засвідчила вже книжка "Блудні сини України", що містить літературно-критичні статті й публіцистичні виступи, присвячені відродженню духовності, морально-етичним проблемам в їхньому філософсько-релігійному переломленні.

Статті та есеї "Блудні сини України", "Шістдесятники і Захід", "Перебудова Вавілонської вежі", "Феномен Шевченка", "Прощання з Мадонною", а ще сторінки, присвячені Василеві Стусові, Борисові Антоненку-Давидовичу, Валерієві Марченку, Оксані Мешко, Опанасові Заливасі та іншим, несуть потужний заряд здорового опозиційного духу, опірності та тієї високої віри, яка й допомагає не схибити, обравши чесну дорогу. Ключовим у доробку Є. Сверстюка є ідеал свободи – соціальної та національної. Публіцист у своїй творчості наголошує на потребі створення громадянського суспільства, яке він бачить спільнотою вільних людей: лише «вільна людина» здатна «створити громадську думку, а громадська думка … визначати дії уряду». [2, 45]. Публіцистичні виступи Є. Сверстюка проникнуті прагненням дотримання демократичних засад у взаємовідносинах держави і громадянського суспільства. Останнє для письменника вбачається у вигляді соціального та культурного простору, заснованого на християнських ідеалах любові й добра, в якому взаємодіють вільні особистості, здатні здійснювати індивідуальний вибір. [3, 24]. Найбільшу увагу письменник приділяє саме роздумам про місце нації у світі, долю її культури. «Національну ідею» автор розуміє як культивування кожним громадянином національної честі, гідності, звернення до витоків генетичної та історичної пам'яті, толерантності, християнської моралі, загальнолюдських цінностей, постійний інтелектуальний розвиток індивіда – усе це за умови особистісного вартісного усвідомлення буде спрямоване на утвердження оплоту істини, її значущості для розвитку громадянського суспільства.

На сьогодні значущість авторського гострого слова Є. Сверстюка, довіра й заглиблення реципієнта в підтекст письменницької тканини зумовлюють народження нових смислів давно відомих понять і явищ.

Література

1. Жанрово-типологические особенности диссидентских коммуникаций в Украине (1960 – начала 1990гг.) / О. С. Мельникова // Paradigmata poznání. - Прага, Кутна гора: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» (Прага, Чехія), Academia Rerum Civilium – Vysoká škola politickýcha společenských věd (Кутна гора, Чехія), 2017. - С. 20-28.
2. Сверстюк Є. На святі надій: Вибране / Є. Сверстюк. – К. : «Наша віра», 1999. – С. 45.
3. Жванія Л. В. Світоглядна публіцистика Євгена Сверстюка в контексті формування громадянського суспільства: аксіологічний аспект / Л. В. Жванія // Традиційні й нові медіа у формуванні громадянського суспільства . – 2016. – С 24-41

УДК 070:821.161.2-92 **Сударенко О. О.**

ПОЛІТИЧНА ПУБЛІЦИСТИКА ЛЕВКА ЛУК'ЯНЕНКА

У 1960-70-х роках у Радянському Союзі виникло явище, коли політику уряду стала відкрито критикувати невелика кількість людей, яких називали дисидентами. Вони вимагали ширших громадянських, релігійних і національних прав.

Помітний вплив на формування інакодумства справляли зовнішні фактори. Передусім, це стосується антикомуністичних виступів у країнах "соціалістичного табору", зокрема 1956 рік в Угорщині, потім Польщі, Німеччині. Дисидентський рух плинув у СРСР трьома потоками, що часто зливалися. Завдяки легшому доступу до західних журналістів найбільш складався з представників російської інтелігенції. Іншою формою «антигромадської поведінки» був релігійний активізм. В Україні, як і в інших республіках, дисидентство викристалізовувалося у змаганнях за національні й громадянські права, а також за релігійну свободу [1, с.31].

Левко Лук'яненко – видатний правозахисник та активний діяч українського національного руху, який багато років віддав боротьбі за втілення ідеї незалежності України в життя. Національне питання завжди було й залишається у центрі публіцистичної творчості Л. Лук'яненка, а шляхи його вирішення змінювалися у відповідності до історичних реалій [2].

Народився Л. Лук'яненко 24 серпня 1928 р. у с. Хрипівка на Чернігівщині у родині селян. У 1951-1953 рр. вступив у комсомол та партію. У 1956 р. зрозумів, що обраний ним шлях помилковий, тимчасово припинив свою громадську діяльність і вирішив з 1957 р. орієнтуватися на дисидентський рух [2].

З того часу розпочався період його плідної публіцистичної творчості. Фундаментальними роботами, що відкрито пропагують громадську позицію публіциста, щодо політичного життя України можна виділити наступні публіцистичні твори: «Цивілізаційний вибір України», книгу «Сповідь у камері смертників», мемуари про 15-річне ув'язнення «З часів неволі» та тринадцятитомник «Шлях до відродження».

Для творчості автора характерне оповідання від першої особи. Л. Лук'яненко, крізь призму власного життєвого досвіду (неодноразове ув'язнення, партійна діяльність, захист інтересів громади), відображає стан політичної боротьби українського народу, наявність цензури та полювання радянської влади на інтелігенцію. Яскраві гіперболи та порівняння мистецьки доповнюють картину тогочасного життя та формує в читачів розуміння того, за що Л.Лук'яненко бореться все життя.

У статті «Цивілізаційний вибір України» він писав: «Майбутнє України залежить від українців. Хоч би як ворожі сили діяли проти України, Україна достатньо велика, щоб, здобувши державну волю до боротьби, нейтралізувати антиукраїнські плани. Індекс генетичного розуму українців один з найбільших у світі» [4]. І робить висновки, що за новим мисленням людина може реалізувати свої потенції лише в умовах національної держави. Отже, національна держава — це необхідна умова для всебічного розвитку індивідуальності. Перехідний період від старого до нового мислення міг би бути вдвічі коротший, якби держава проводила активну ідеологічну діяльність і сприяла поширенню української національної ідеї. Звідси витікає для всіх свідомих українців сформульоване ним завдання: максимально активізувати політико-просвітницьку роботу серед своїх громадян, аби прискорити їхнє прозріння та перетворити їх на активних громадян — захисників правди й справедливості у державі [3, с. 18].

В одній зі своїх останніх книг, «Національна ідея і національна воля», підсумовуючи, Л. Лук'яненко пише: «Необхідно розпочинати новий етап. Ми домоглися того, що в 1991 році Україна стала незалежною, однак вона не стала українською. Тепер треба боротися за українську Україну» [6, с. 189].

Отже, політична публіцистика Л. Лук'яненка базується на його дисиденстькій, правозахисній та дипломатичній діяльності. Ідеологічна спрямованість творчості публіциста тісно пов'язана з радикальною громадсько-політичною позицією, що й знайшла відображення в численних публіцистичних працях.

Література

1. Мельникова О.С. Дисидентська комунікація: причини і наслідки / О.С. Мельникова // Світ соціальних комунікацій: наук. журн. [за ред. О. М. Холода]. – Т. 6. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2013. – С.31–34
2. Кривдіна І. Б. Шляхи вирішення національного питання в доробку Левка Лук'яненка [Електронний ресурс] / І. Б. Кривдіна. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.stattionline.org.ua/histori/114/21228-shlyaxi-virishennya-nacionalnogo-pitannya-v-dorobku-levka-luk-yanenka.html.
3. Лук'яненко Л. Г. Незнищенність / Л. Г. Лук'яненко. – Київ: МАУП, 2004. – 88 с.
4. Лук'яненко Л. Сповідь у камері смертників [Електронний ресурс] / Л. Лук'яненко. – 1991. – Режим доступу до ресурсу: https://kalusz.io.ua/s192718/levko_lukyanenko_spovid_u_kameri_smertnikiv.
5. Лук'яненко Л. Г. Національна ідея і національна воля / Л. Г. Лук'яненко. – Київ: МАУП, 2003. – 290 с.

УДК: 070:821.161.2-92 **Ралюк Ю. В.**

ТАБОРОВА ПУБЛІЦИСТИКА УКРАЇНСЬКИХ ДИСИДЕНТІВ

Українська таборова періодика XX століття – досить своєрідне духовно-політичне явище, викликане не тільки гострими світовими протиріччями (протистоянням великих імперій, боротьбою за європейський простір і поширення влади), а й внутрішніми невирішеними питаннями державно-незалежного статусу. Формуванню подібного типу преси сприяли, як правило, міжнародні воєнні змагання (І та ІІ світові війни) та політичні перипетії усередині держави (поразка УНР і ЗУНР, відтік національної інтелігенції, а також громадянські війни, що призводили до еміграції як військових, так і цивільних осіб). З огляду на ці складні фактори у вирішенні долі багатьох слов'янських народів, передусім українців на всіх континентах (найбільше у Європі) виникали табори різного призначення: для військовополонених, виселенців, переміщених осіб, біженців, найманих робітників тощо.

Починаючи від таборів військовополонених у центрі Європи, продовжуючи інтернованими у східноєвропейських державах, завершуючи військовополоненими та переміщеними особами після ІІ Світової війни, українці використовували найменшу нагоду для культурно-просвітньої і духовно-мистецької праці, для видавничої діяльності й поширення рідного слова поза батьківщиною. Тому видання, котрі постали за досить несприятливих для людського існування обставин, все ж давали змогу різночасово тисячам українців випробувати й загартувати свою національну свідомість, підтримати духовно-культурну енергію, зберегти патріотичні почування й віру у незалежність своєї держави [1].

Серед масиву української таборової періодики знайдено понад шістьсот розмаїтих видань, де співробітничали відомі громадсько-політичні, культурно-освітні й літературні діячі: З.Кузеля, Б.Лепкий, В.Біднов, І.Огієнко, С.Петлюра, Є.Маланюк, Ю.Шевельов, І. Дзюба, В. Чорновіл, Л. Лук'яненко, М. Брайчевський та багато інших, чий публіцистичний, мистецький і науковий талант розвивався завдяки часописам, що підтримували державну ідею у XX ст.

Так, під час Першої світової війни у Раштаті, Зальцведелі, Фрайштадті, Вецлярі, Йозефштадті та ін. містах, де серед полонених із російської армії інтенсивна національно-духовна праця велася за допомогою Союзу визволення України, з'явилося понад 10 часописів («Вільне слово», «Громадська думка», «Наш голос», «Розсвіт» і т.д.); на італійській землі галичани із австро-угорської армії створювали у 1919-1920 рр. рукописну пресу – белетристичний журнал «Полонений» із сатиричним додатком «Лязароні», а також неперіодично готували «Нові вісти» й «Касинський українець».

Друга «таборова хвиля» зібрала у Польщі, Чехії та Румунії уже свідомих українців, які зробили однозначний вибір, ставши під стяги незалежної держави. І фізичні умови існування, і

психологічний настрій не сприяли духовному розвиткові, але порятунком від деградації і морального нищення могла стати тільки освіта, творча праця, самовдосконалення.

Провідною темою української публіцистики за колючим дротом стало загартування національної свідомості як найміцнішої підвалини нашої державності, головного критерія для здобуття авторитетності у європейському просторі.

Започатковане насамперед поетами, шістдесятництво невдовзі набуло масштабу універсального соціокультурного феномену: літературно-мистецького, філософсько-ідеологічного, наукового, суспільно-політичного. В осерді цього руху були такі митці: прозаїки (Є. Гуцало, В. Дрозд); літературні критики (І. Світличний, І, Дзюба, Є. Сверстюк; публіцисти та правозахисники (В.Чорновіл, Л.Лук'яненко, В. Марченко, В. Мороз, М. Осадчий, Михайло та Богдан Горині, М. Зваричевеька) та багато інших [2, С. 65-71].

Перші гнили по тюрмах і висловлювали свою незгоду з політикою тоталітаризму через виснажливі голодування і відкриті листи протесту, другі в цей час друкували сотні віршів і статей в періодиці. Навіть у жахливих умовах «виправно-трудових», а насправді — концентраційних таборів і поселень багато-хто продовжував писати твори неперевершеної художньої вартості: наприклад, «Гратовані сонети» І. Світличного, його поема «Курбас», що була присвячена пам'яті українського режисера Леся Курбаса, знищеного на сумнозвісних Соловках, рукописні збірки І. Калинця, що з'явилися друком на початку 90-х рр. у Варшаві, Балтиморі, Торонто і Києві з символічними назвами: «Пробуджена муза» та «Невольнича муза». У них неначе відбилася свідомість ровесників поета, котрі відчули подих «відлиги», і за свої думки буди жорстоко покарані.

Досить розмаїто постає жанрова система «шістдесятників» (лірична поезія, химерна проза та ін.) і проблемно-тематичні обшири: традиційні (природа, Вітчизна, народ, історична пам'ять, людина у всьому багатстві її проявів — суспільне життя, моральність, кохання, творчість) та нові теми (підкорення космосу, етична правомірність і т.д.).

Отже, явище «шістдесятництва» було неоднозначним як за творчими постатями, так і за стильовими течіями та ідейно-естетичними вподобаннями.

Література

1. Довідник з українського шістидесятництва [Електоронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrlib.com.ua/encycl/60/ (дата звернення: 20.11.2017)
2. Мельникова О. Специфіка дисидентської комунікації в українському радянському суспільстві / О. С. Мельникова // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика: збірник наукових праць / голов. ред. Б. В. Потятиник. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. – С. 65 – 71.
3. Мельникова О. С. Методи дослідження дисидентської комунікації / О. С. Мельникова // Сучасні медіакомунікації: прикладний аспект: Збірник матеріалів інтернет-конференції / За заг. ред. С. В. Безчотнікової. – Маріуполь, 2016. – С.115-118

УДК 070:821.161.2.ОВВ-92

Космінський О.В.

ВАСИЛЬ ОВСІЄНКО ЯК АВТОР ПРАВОЗАХИСНОЇ І ДИСИДЕНТСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

На формування дисидентської та правозахисної публіцистики вплинули суспільно-політичні та соціокультурні умови в радянській тоталітарній державі: «У будь-якому типі суспільства крім домінуючої картини світу, системи цінностей та джерел інформації існують й альтернативні або заборонені. Тому й альтернативні знання політичного, економічного, ідеологічного характеру можуть не сприйматися державною системою и суспільством загалом. У тоталітрній країні СРСР спрацьовувала цензура проти такого типу знань» [1, с. 68].

Актуальність дослідження зумовлена тим, що проблема національної самосвідомості наразі є дуже важливою для українського суспільства.

Метою дослідження є визначення особливостей правозахисної та дисидентської

публіцистики в українському радянському суспільстві. Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань:

• опрацювати літературу з теорії публіцистики та твори В. Овсієнка;

• з'ясувати роль правозахисної та дисидентської публіцистики в суспільстві;

• • проаналізувати правозахисну та дисидентську публіцистику В. Овсієнка.

Предметом дослідження є особливості висвітлення дисидентської та правозахисної теми в публіцистичних працях В. Овсієнка. Об'єктом дослідження є публіцистичні твори В. Овсієнка. Овсієнко Василь Васильович - український правозахисник, колишній політв'язень. Народився 8 квітня 1949 року селі Леніне (Ставки) Радомишльського району Житомирської області [2].

Закінчив філологічний факультет Київського університету. Працював учителем української мови та літератури в с. Ташань Переяслав-Хмельницького р-ну Київської обл. [2]. Його було заарештовано 5 березня 1973 р. по звинуваченню в проведенні антирадянської агітації і пропаганди (ст. 62 ч. І КК УРСР) у формі розповсюдження літератури самвидаву. 6 грудня 1973 р. разом з Євгеном Пронюком і Василием Лісовим засуджений Київським облсудом до 4 років суворого режиму. Термін відбував у мордовських таборах ЖХ-385/19 (сел. Лісове Теньгушовського р-ну) та 17-А (дер. Озерне Зубово-Полянського р-ну), брав участь в акціях протесту. [2] 20 серпня 1976 р. відбував покарання в Київському КДБ відмовився від визнання провини. Визволено 5 березня 1977 р, працював у колгоспі художником-оформлювачем.

У вересні 1978 р. В. Овсієнко написав для УГГ матеріали про становище політв'язнів перший варіант спогадів «Світло людей».

У1978 р. р. засуджений до 3 років позбавлення волі за ст. 188-1 ч. ІІ. Його текст «Замість останнього слова» став відомим на Заході. Помилуваний Указом ВР СРСР від 12.08.1988, звільнений 21.08.1988 [2].

Для дослідження історії українського журналістикознавства актуальними є «тексти українських дисидентів несли альтернативні потоки інформації і нових знань, зокрема з історії, літератури, мистецтва, філософії, релігії» [3, с. 24]. Для журналістикознавців незаперечно цінність становлять й табірна публіцистика В. Овсієнка. Серед широкого масиву мемуарах-документальне літератури про українського поета, дисидента, політв'язня В. Стуса цінними є спогади В. Овсієнка [4].

Автор детально зафіксував всі свідчення у власній пам'яті і в умовах нової епохи задокументувати їх в книзі спогадів "Світло людей". Він відтворює хроніку дисидентів протистояння тоталітарній системі, зокрема О. Мешко, Ю. Литвина, А. Тихого, В. Марченко, Л. Лук'яненко, М. Горбаль, Е. Концевича. У Книзі "Світло людей" В. Овсієнко за допомоги нарисів детально описує портрети героїв, їх важливі моменти життя, але й розкриває дисидентську проблематику через реальні історії [4].

Отже, дисидентська та правозахисна публіцистика В. Овсієнка надзвичайно цінні з точки зору документальної фіксації різноаспектного табірного буття політв'язнів. Динамічна розповідь з використанням діалогів, художніх засобів, замальовками портретів та умов функціонування дисидентського руху.

Література

1. Мельникова О. С. Роль дисидентських текстів в інформаційному просторі Радянської України 1960-1980 рр. / О. С. Мельникова// Журнал «Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації». - Запоріжжя, грудень, 2014. – Т.4(20). – С. 22 – 25.
2. Овсиенко Василь Васильевич [Електронний ресурс] / Виртуальний Музей Гулага Режим доступу: http://gulagmuseum.org/showObject.do?object=71264224&language=1 (дата звернення:18.12.2017)
3. Мельникова О.С. Специфіка дисидентської комунікації в українському радянському суспільстві / О.С. Мельникова // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика: збірник наукових праць / голов. ред. Б. В. Потятиник. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. – С. 65 – 71.

4. Овсієнко В. Світло людей: Спогади-нариси про Василя Стуса, Юрія Литвина,Оксану Мешко / В.Овсієнко. – К.: [Б.М.]. – 1996. –108 с.

УДК 070:82-92(477) **Мальцева Г.С.**

ПУБЛІЦИСТИКА ДЕСИДЕНТІВ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ

В Україні дисидентський рух було започатковано ще у 50-х роках.

Дисидентський рух мав специфічну соціальну базу (близько 80% дисидентів становила інтелігенція); та був довготривалий - понад 20 років існування; він мав за мету зародження та розвитку іншого, альтернативного суспільства; рух концентрував у собі інтелектуальні опозиційні сили, створював осередки майбутніх масових рухів; відстоював ідеї політичного спектра сучасності [1].

Суперечливість та динамічність "хрущовського" десятиріччя стало поштовхом для оновленння свідомості суспільства. Цей імпульс був надто сильним, настільки, що через його вплив у 60-70 роках у радянському суспільстві виникла нова форма опозиції - духовна, яка мала назву - дисиденстсво.

Вже з середини 50-х років руху дисидентів вдалося існувати як в підпіллі, так і легально. Останньому довелося пройти шлях від культурно-просвітницької діяльності до сильного політичного руху. Об'єкт, проти якого утворився та був спрямований національно-визвольний рух, був тоталітарний режим [2].

Національно-політичний рух дисидентів виливався у боротьбу інтелігентну, тобто шляхом культурно-освітньої революції - друкувалися та видавалися праці про намагання витягнути українську мову та літературу з під гніту радянських поглядів. Найкраще ці вимоги викладено у роботі І. Дзюби "Інтернаціоналізм чи русифікація"?

В праці «Інтернаціоналізм чи русифікація?», написаній під впливом тих подій, Іван Дзюба з марксистських позицій проаналізував національно-культурну політику радянської влади в Україні. 1966 року автор відправив свою роботу першому секретарю ЦК компартії України Петру Шелесту та голові уряду УРСР Володимиру Щербицькому, а її російський переклад — керівництву КПРС.

В «Інтернаціоналізмі чи русифікації?» Іван Дзюба доводив, що компартія ще за часів Сталіна перейшла на позиції російського великодержавного шовінізму. Свою аргументацію автор побудував переважно на цитатах з творів Леніна та партійних документів 20-х років. Він уважав, що політика КПРС, зокрема щодо України, суперечить корінним інтересам українського народу і вбачав вихід у поверненні до ленінських принципів національної політики.

Окрім роботи І. Дзюби, розповсюджувалася стаття Є. Пронкжа «Стан і завдання українського визвольного руху». Указавши на зв'язок теперішнього руху і попереднього, автор зауважує, що за нових умов мають бути використані ідейні, легальні і нелегальні засоби, масова й індивідуальна агітація та пропаганда, використання різноманітних товариств, демонстрацій, зібрань, тощо.

Три антирадянських документи створила киянка Є. Кузнецова. Вона послідовно проводила думку, що російський шовінізм — джерело нещасть України, а її майбутнє бачиться таким, яке сьогодні має Болгарія або Чехо-Словаччина. Цими ж настроями була перейнята і харківська інтелігенція. А оскільки вже були й підпільні організації, то можна було говорити про наявність стійкої політичної опозиції. Влада знала про це і вирішила вжити невідкладних заходів. Почалися широкі показові арешти і переслідування незгідних.

Книга «История инакомыслия в СССР» Л. Алєксєєвої зберігає свою важливість з огляду на охоплення всіх різновидів та ланок дисидентського руху в СРСР. Щодо українського дисидентського руху то, окрім досліджень, опублікованих на Заході, найважливішими є книга «Незгодні: Українська інтелігенція в русі опору 1960–80-х років» Г. Касьянова (К., 1995) та «Національно-визвольний рух в Україні: середина 1950-х – початок 1990-х років» А.

Русначенка (К., 1998; містить найповнішу бібліографію видань в Україні та на Заході). Значно більше зроблено в публікації джерел: багатотомні видання В. Стуса, В. Чорновола, І. Дзюби, Л. Танюка, окремі книги дисидентів, збірки документів, спогади тощо. Стосовно публікації різного роду документів (заяв, звернень, листів) необхідно відзначити діяльність міжнародних правозахисних орггнізаційцій (зокрема «Amnesty International Publications»), а також внесок українців у діаспорі. У публікації про український десидентський рух та текстів українських дисидентів важливу роль відіграли «Сучасність», видавництва «Пролог», «Сучасність», «Смолоскип» (очолюване О. Зінкевичем), регулярно публікували збірки документів уукраїнського десидентського руху, зокрема книгу «Українська гельсінська група», 1963; «Широке море України. Документи самвидаву з України», 1972; «Український правозахисний рух», 1978) [1].

Серед дисидентських комунікацій, створених представниками інтелігенції, можна виділити самвидав, нелегальне радіомовлення станцій «Свобода», «Голос Америки», організація заборонених арт-виставок, театральних вистав, клубів (Клуб творчої молоді в Києві), «кухонні» розмови. Поширення художньої літератури, публіцистики, документалістики відбувалося без контролю авторів-дисидентів. Однак у 1970-х рр. набули популярності листипротести, документи політичного характеру. Крім анонімних листівок дисиденти писали відкриті листи до керівництва країни.

Перш за все, відбувався духовний, ідеологічний спротив радянській системі з боку інакодумців. «Тоталітарні держави, як це не парадоксально, краще керували духовним світом людини. Можливо, це пов’язано з тим, що вони краще уявляли своє майбутнє, ставили перед собою цілі і йшли на їх виконання» [4].

Література

1. Алексеева Л. М. Історія інакомислення СРСР: новітній період / Л. М. Алексеева. - М. - 2006.
2. Овсієнко В. Світло людей: Мемуари і публіцистика / В. Овсієнко. Кн. 1, 2. К.; Х., 2005.
3. Шубін А. В. Дисиденти, неформали і свобода в СРСР / А. В. Шубін. - М. - К.: Віче, 2008.
4. Мельникова О.С. Особливості дисидентської комунікації в України 1960–1980 рр / О.С. Мельникова. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/33344

УДК 159.922.7-053.4:616.89 **Бекішева Ю. А.**

ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ ТА ПЕРЕЖИВАННЯ СТРАХІВ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ЖИТТЯ

Соціально політична ситуація України на сьогодні досить напружена, що негативно впливає на психічний стан та здоров'я мешканців країни. Найбільш серйозною з соціальних і психологічних наслідків є ситуація вимушеної міграції із-за загрози власного життя окремої людини, сім'ї чи соціальної групи. Збройні конфлікти на території сходу України породжують існування великої кількості переселенців, у тому числі і дітей. Актуальність дослідження обумовлена об'єктивною необхідністю вивчення особливостей виникнення та прояву страхів у сучасних дітей дошкільного віку.

В психологічній літературі страх розглядається як феномен невротичного розвитку особистості (Клейн М., Саллівен Р. С., Файнберг Ц. Р., Фрейд З.), як значущий елемент соціальних взаємовідносин дитини з зовнішнім світом (Захаров О. І., Лебединський Ст. Ст., Мухіна В. С., Прихожан А. М., Саллівен Р. С) [1, 7]. Дошкільне дитинство є значним і відповідальним періодом психічного розвитку дитини. За виразом А.Н. Леонт'єва, це – «вік первинного складання особи», один з найцікавіших періодів в розвитку дитини, коли фактично складається особа, самосвідомість і світовідчуття. У цей період малюк проходить декілька важливих етапів психічного розвитку. Саме у цьому віці відбувається інтенсивний розвиток усіх психічних процесів, і відзначаються найбільш прогресивні зміни, як в пізнавальній, так і в емоційно-вольовій сфері психіки. Виявлення нових потреб, мотивів та інтересів у дитини дошкільного віку взаємопов’язане з емоційним розвитком взагалі. Інтелектуалізація емоційних реакцій відбувається через включення їх до мови. Вони стають більш усвідомленими та узагальненими. У віці 5-6 років діти починають управляти власними емоціями, освоюють соціальні форми висловлення почуттів. Для цього етапу розвитку психіки стає характерним відсутність сильних афективних спалахів і конфліктів по незначним приводам. Спостерігається зміна ролі емоцій в діяльності дитини, починають формуватися випереджаючі переживання, що передбачають наслідки виконуваних дій, і індивідуальні особливості реагування в психотравмуючих ситуаціях. Особливо в старшому дошкільному віці, діти починають давати оцінки власним вчинкам, а також усвідомлювати власні переживання. З'являється особисте розуміння того, що дитина відчуває, коли вона радіє, розгнівана, пригнічена або перелякана. Старший дошкільний вік вважається періодом найбільшої вираженості страхів. В психологічній літературі це пов’язане не тільки з емоційним розвитком, а також із формуванням когнітивних процесів. Діти різко починають усвідомлювати що таке небезпека. Минаєва В. М. відзначає, що здатність дітей узагальнювати негативні і позитивні емоційні переживання виступає важливим емоційним новоутворенням 6 років [6, с231].

За визначенням Захарова О. І., відбувається збільшення кількості страхів дошкільників переважно у дівчаток. «Індекс страхів» складає: у хлопчиків в 4 – 5 років – 8 страхів, в 6 років – 9 страхів, а у дівчат в 4 – 5 років – 11 страхів, в 6 років – 11-12 страхів [1, с88] Діти від шести років, що не навчаються в школі, відзначаються найбільшою чутливістю до страхів. Вік 6-7 років названий кризовим періодом розвитку дітей, що характеризується найбільшою чутливістю психіки. На цьому етапі діти особливо сильно схильні до дії вигаданих образів і емоцій, що викликаються ними. Нерозривний зв'язок образного мислення, тілесних відчуттів та емоційних переживань і реакцій, відзначає цей період, як «вік казок або вік фантазій». У дітей в дошкільному віці інтенсивні переживання страху, порушення сну і інші негативні явища, викликані представленням яскравих образів казкових і мультиплікаційних персонажів, фантастичних кіногероїв. Також Семаго М. М. відмічає, що тривожні фантазії можуть проявлятися у дошкільнят настільки сильно, що починають домінувати навіть в стані

пильнування, що призводить до сприйняття самих нешкідливих предметів як небезпечних [8,с68,96]. Страхи власної смерті старших дошкільнят ховаються у вмісті їх казкових або фантастичних страхів. Захаров О. І. стверджує що, починаючи з 5 років, діти схильні проявляти страх смерті, але лише «побічно, в своїй уяві, максимально пов'язуючи його із страхами нападу тваринних і казкових персонажів». Страх війни, пожежі, стихії, в результаті яких обов'язково гинуть люди, часто відображається у боязні дракона або змії, що вивергають вогонь [1, с131].

Можна сказати, що страхи дитини старшого дошкільного віку, що нормально розвивається, тісно пов'язані з придбанням ним соціального досвіду, з усвідомленням реального і нереального навколишнього світу і своєї позиції в ньому. Виникнення емоційно яскравих і інтенсивних містичних, фантастичних і казкових страхів, обумовлене досягненнями в розвитку когнітивних процесів і образного мислення у дошкільників. Починаючи з дошкільного віку, найчастіше діти бояться: залишатись одні вдома, казкових персонажів, захворіти тяжкою хворобою або навіть померти, смерті своїх рідних, запізнення в дитячий садок, тварин (павуків, змій, собаки), чи покарання. Під впливом соціальних чинників на дозріваючі психічні структури формується основа для прояву страхів. Індивідуальні особливості розвитку психіки в конкретних соціальних умовах, в яких відбувається формування особистості дошкільників, впливають на характер прояву відповідних страхів. Сучасні процеси урбанізації, що тривають і в наш час, віддаляють людину від природного простору існування, що ускладнює міжособистісні відносини. Діти, які мешкають у приватному секторі, мають більшу кількість страхів ніж діти, що живуть у багатоповерхових будівлях. Ця різниця більше спостерігається у дівчаток ніж в хлопчиків. У дітей з багатоквартирних будинків є більше можливостей для спілкування й ігор зі своїми однолітками, що позитивно сприяє зменшенню кількості та сили прояву страхів. Кількість дітей у родині також пов’язана з характером прояву страхів [6,с231].

Емоційне життя дитини обідняється завдяки відсутності емоційно насичених галасливих ігор, що приводить до односторонньої та надмірно ранньої інтелектуалізації психіки. Гра завжди виступатиме найприроднішим засобом зживання страхів. Саме під час гри відбувається відтворення усіх можливих страхів, викликаних подіями повсякденного життя, у формі іносказання. В роботі над дитячими страхами психологу доводиться вчити дітей іграм, в які вони вже не грають, в спеціально створених умовах, щоб подолати страхи.

Дитячий неспокій та страхи можуть також бути наслідком постійного переживання матір'ю нервово-психічних перевантажень, викликаних вимушеною або навмисною підміною сімейних ролей. Реакції неспокою дитини є відображенням неспокою і дратівливості матері дошкільника [3,с48]. Розвиток емоційної сфери закінчує своє формування в 6 років. З цього віку починається розвиток інтелектуальної сфери особистості дитини. З розвитком мислення, в дитини з'являється розуміння причин своїх страхів та переживань. У формуванні особистості дошкільників тепер можна виділити нову основу страхів – раціональну.

Але на сьогодні українські діти, окрім вищезазначених страхів перш за все діти вимушених переселенців та з сімей, постраждалих внаслідок воєнно-політичної ситуації бояться війни, власної смерті та смерті батьків. Найбільш чутливим до страхів є дівчата ніж хлопці, а найбільше сприятливий вік – 5-6 років. Соціальна ситуація вимушеної зміни проживання впливає на психологічний розвиток дитини. Дослідниками відзначаються наступні психологічні особливості дітей-переселенців. По-перше, високий рівень посттравматичного стресу, оскільки втеча завжди викликана військовими діями, жорстокістю, переслідуваннями та ін., кожна дитина-переселенець проходить через травматичний досвід, викликає характерні симптоми (Вострокнутов Н.В., Макарчук А. В., Тарабріна Н.В., Черепанова Е. М., Щепіна А. В.). По-друге, для дитини характерний «культурний шок». Проблема культурної «роздвоєності», конфлікту цінностей, а також інші труднощі, пов'язані з необхідністю соціокультурної адаптації до нових соціальних умов зачіпають кожного дошкільника (Вершок А. Б., Фарнхем А., Бохнер С.). По-третє, дослідники відзначають, що у такої дитини є відчуття «втрати», «нещастя». Головною втратою і, відповідно, головною мрією для них є «дім» як символ екзистенціальної захищеності (Ахерн Ф., Грінінг П.). По-четверте, більшість дітей-переселенців «педагогічно запущені», вони обділені турботою дорослих. Ситуація міграції

«перемикає» увагу батьків на проблеми, пов'язані з матеріальним і фізичним виживанням сім'ї, підвищує внутрішньо сімейну напруженість (Вершок А. Б., Володіна В. С., Шарова О. С.). Все це призводить до серйозних відставань в пізнавальному і емоційно-вольовому розвитку, психологічного інфантилізму та інших порушень розвитку, не пов'язаних з органічними ураженнями ЦНС. Саме тому ці діти найбільш уразливі та потребують особливої уваги з боку батьків та кваліфікованих спеціалістів [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що наявність страхів у дитини дошкільного віку є віковою особливістю психічного розвитку. Якщо страхи не мають негативного підкріплення та згодом вони зникають. Сам по собі страх виконує захисну функцію, якщо дитина невпевнена в своїх діях та боїться наслідків, то це може зупинити її від поспішних необдуманих рішень та вчинків. Але є й інша «сторона медалі» - завдяки вже сформованим стійким страхам дитина стає замкненою, тривожною, з'являються комплекси які перешкоджають розвитку особистості та творчих здібностей. Адекватне ставлення батьків до дитячих страхів та боязливості має позитивний характер. Страхи дошкільників піддаються корекції. Вони негативно впливають на становлення особистості дитини, тому є важливим активна робота зі страхами сучасних дошкільників.

Література.

1. Захарова О.І. Дневные и ночные страхи у детей / О.І. Захарова – СПб. Речь, 2005. – 245с.
2. Зиза К. А., Синельникова Т. В. Психологическое исследование страхов и тревожности у детей – переселенцев. Одеса [Електроний ресурс: psy-pnpu.od.ua]
3. Корнілова В.В. Профілактично - корекційна програма подолання страхів у дітей дощкільного віку. // Практична психологія та соціальна робота / В.В. Корнілова. – №3. – 2014. – С. 46-59
4. Кочетова Ю. А. Психологическая коррекция детских страхов [электронный ресурс] / Ю. А. Кочетова. — электронный журнал «Психологическая наука и образование», 2012, № 1. — режим доступа: http://www.psyedu.ru/journal/2012/1/2789.phtml
5. Минаєва В.М. Развитие эмоций дошкольников. Занятия. Игры. Пособие для практических работников дошкольных учреждений / В.М. Минаєва— М.: АРКТИ, 2009. — 48 с.
6. Петруняк Н.Є. Психологічна основа прояву дитячих страхів дошкільного віку // Український науковий журнал «Освіта регіону» / Н.Є. Петруняк —№1. — 2010 — 231 с.
7. Прихожан А.М. Тревожность у детей и подростков: психологическая природа и возрастная динамика. / А.М. Прихожан — М. : Московский психолого-социальный институт.; Воронеж: Изд.-во НПО «МОДЕК», 2000. – 304с.
8. Семаго Н.Я., Семаго М.М. Проблемные дети: основы диагностической и коррекционной работы психолога / Н.Я. Семаго, М.М. Семаго – М.: АРКТИ, 2000. — 208с.

УДК 159.922.1:005

Бондар Т. М.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФЕНОМЕНУ УПРАВЛІННЯ

Реалії сучасної сфери управління пов’язані з активним включенням жінки в традиційно чоловічу сферу діяльності. На сьогодні це є одним з факторів підвищення ефективності виробництва.

В сучасному менеджменті більшість керівників акцентує увагу на специфіці гендерних відмінностей, зокрема, першорядне значення має дилема вибору жінки або чоловіка на посаду керівника або заступника. Великі кампанії часто застосовують практику діагностування своїх співробітників за допомогою психологічних тестів з метою визначення задатків лідера та рис характеру чоловіка або жінки. У більшості випадків результатам тестування надають першорядне значення в отриманні довгоочікуваної посади. Таким чином, тема гендерних відмінностей в сфері управління та стилів управлінської діяльності є предметом психологічного розгляду.

Аналіз публікацій, присвячених питанням гендерного менеджменту, показує, що кардинальних відмінностей між чоловіками і жінками з точки зору ефективності керівництва немає, проте виявляють ситуаційну специфіку його проявів: в одних ситуаціях і ролях більш ефективними оказуються чоловіки, а в інших – жінки [5, с. 87].

У більшості випадків жінкам властивий стиль керівництва, заснований на винагороді та емпатійних стратегіях [6, с. 36]. Ряд авторів навіть виокремлюють специфічний стиль керівництва, властивий, на їхню думку, виключно жінкам і називають його «перетворюючий» [2; 4]. При такому стилі ієрархічна структура перетворюється в систему однорівневих, об'єднаних горизонтальними зв'язками структур [4]. Основна характеристика цього стилю – активна взаємодія з підлеглими. Завдяки активній участі в організаційних справах співробітники більш активно підтримують прийняті управлінські рішення, зменшується небезпека несподіваної появи опозиції, активізується взаємозамінність[8, с. 51]. Жінки-керівники, які дотримуються такого стилю, частіше схильні відмовлятися від привілеїв, які даються службовим становищем: частіше підкреслюють провідну роль вкладу своїх підлеглих, при цьому, нерідко, применшуючи власну роль. Моральна підтримка підлеглих і їх заохочення – основні характеристики жіночого менеджменту, які допомагають в досягненні організаційних цілей.

Іншою характеристикою «перетворюючого» стилю є підтримка в співробітниках поваги до власної персони. Важливо, що коли керівник заохочує підлеглих до процесу прийняття рішень – виникає побічний позитивний ефект: співробітники усвідомлюють свою значимість [8, с. 101].

Третя характеристика жіночого стилю пов'язана з підтримкою співробітників, які опинилися в стресових ситуаціях. Чоловіки є прихильниками примушуючого і експертного стилів керівництва, його також називають «командним». Він описується як «діловий», орієнтований на авторитарну, більш жорстку модель взаємодії з підлеглими [7, с. 84]. Отже, узагальнимо особливості стилів керівництва, притаманні управлінцям-чоловіками та управлінцям-жінками (див. табл. 1)

Таблиця 1.

Особливості жіночого та чоловічого стилів керівництва

Характеристики	**Жінки**	**Чоловіки**
Стиль управління	Перетворювальний	Примусовий чи експертний
Методи впливу	Вплив на підсвідомість	Матеріальний вплив
Міжособистісні відносини	Дружелюбність	Екстраверсія
Моделі лідерства	Лідерство взаємодії	Лідерство в стилі угоди
Першочергові пріоритети	Перебудова сфери відносин	Перебудова сфери правил і норм
Дистанція з підлеглими	Або адміністративна ієрархія, або згладжена ієрархія	Чітко виражена ієрархія, або згладжена ієрархія
Спосіб покарання	Моральний і психологічний вплив	Адміністративний вплив
Спосіб організації праці	Відповідно до функціональних обов'язків	
Організація поточного контролю	Поточні перевірки	Застосовується, або відсутній
Відповідальність за роботу	Покладається на конкретного працівника	

З наведених характеристик чоловічого і жіночого стилів керівництва можна зробити висновок, що чоловіки-керівники будуть більш ефективні в сферах, пов'язаних з лідерством і постановкою стратегічних цілей організації, взаємодії в нестабільних, постійно змінюваних умовах; жінки-керівники – в сферах мотивації персоналу, ефективної комунікації, при прийнятті рішень. Крім того, жінки-керівники орієнтовані на внутрішньофірмові міжособистісні відносини, підтримка стабільного психологічного мікроклімату [3, с. 282].

Науковці зазначають, що жінка може при здійсненні керівництва відмовитися від жіночого стилю в діловому спілкуванні, розвинути та почати використовувати суто чоловічі якості: рішучість, стійкість до стресів, об'єктивність, дисциплінованість, відданість справі, трудоголізм. При цьому, формуючи в собі чоловічі риси характеру, жінка часто проявляє чоловічий стиль ділового спілкування та поведінки навіть більш яскраво і напружено, ніж чоловік [8, с. 71].

Однак, як правило, ефективні менеджери несвідомо намагаються реалізовувати комбіновані стратегії керівництва (так званий андрогенний стиль) [6, с. 38].

Отже, гендерні відмінності професійних компетенцій управлінця – це особливості чоловічого та жіночного підходів до процесу управління, які проявляються в реалізації основних управлінських функцій, у видах і типах прийняття управлінських рішень, специфіці реагування на вплив психологічних факторів діяльності.

Однозначної думки стосовно існування відмінностей між «чоловічим» і «жіночим» стилями управління на даний час не існує. Дехто з авторів (Дж. Роузнер, С. Бем) вважає, що особливість «жіночого» стилю керівництва та його дієвість полягає в умінні використовувати свої особисті якості, такі як комунікабельність, працьовитість, посидючість, прагнення до нового, чутливість, турбота про людей, спрямованість на взаємодію з підлеглими, здатність мотивувати підлеглих на групову роботу. Чоловікам більш притаманній авторитарний стиль керівництва. Вони частіше користуються владою, яку дає їм посада. Інші ж дослідники (Г. Мінцберг, Дж. Симонс) стверджують, що істотних відмінностей між керівниками-чоловіками і керівниками-жінками в стилях керівництва не існує.

На наш погляд, в ході реалізації управлінських завдань значення суто «чоловічих» і суто «жіночих» професійних компетенцій управлінця не являються вирішальним. Ми вважаємо, що для успішної реалізації управлінської діяльності суттєвими є індивідуальні психологічні характеристики особистості. Разом з тим, представляє інтерес проблема гендерних аспектів професійних компетентностей управління бізнесом, що і стане предметом нашого подальшого дослідження.

Література.

1. Бэм С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов/ С. Бэм. − Пер. с англ. − М.: «Российская политическая энциклопедия». – 2014. – 336с.
2. Власова О.І. Соціальна психологія організацій та управління: підручник для менеджерів вищих навч. закладів / О.І. Власова, Ю.В. Никоненко. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 398 с.
3. Красовский Ю.Д. Организационное поведение: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Социология» / Ю.Д. Красовский. – 4-е изд., перераб. и доп.– М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 487 с.
4. Роузнер Дж. Стиль женского руководства / Дж. Роузнер // Женщины и бизнес. – М. : Росмэн, 2013. – 122 с.
5. Саликов Ю.А., Шереметова О.Г. Гендерные особенности стиля управления // Проблемы региональной экономики. – 2014. − №4. – С. 87- 92
6. Чирикова А.Е. Женщина во власти и бизнесе: сравнительный анализ российских и французских практик / А.Е. Чирикова // Социологические исследования. Сравнительная политика – 2013. – № (2(12)). – С. 29–49.
7. Management? It's Not What You Think! / Henry Mintzberg, Bruce Ahlstrand, Joseph Lampel − 2009 – 132 p.
8. Symons G. Women’s occupational carriers in business: Managers a. Entrepreneurs in France a. Canada / G. Symons. – 2012. – № 15. − S. 61-75.

УДК 159.9.078(043) **Бондарь О. В.**

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОРИЧНИХ АСОЦІАТИВНИХ КАРТ У СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЧНІЙ ПРАКТИЦІ

В умовах політичної та економічної кризи в Україні з'являється все більше людей, які опинилися в складних життєвих обставинах і потребують психологічної допомоги. Особливо це стало гострим питанням у Донецькій та Луганській областях, де проживає багато людей, які постраждали від військового конфлікту. Все частіше надходять до психолога запити від клієнтів на знаходження внутрішнього ресурсу та здобуття впевненості у власних силах для вирішення проблем пов'язаних зі скрутним матеріальним становищем, покращенням взаємовідносин у родині та проблемою працевлаштування, тощо.

У психологічній практиці вже існує багато нових підходів за допомогою яких через короткий період можна досягти позитивних результатів у пошуку внутрішнього ресурсу особистості. Також важливу роль відіграє орієнтування психолога у великій кількості теоретичного та практичного матеріалу і вміння своєчасно використати необхідну ефективну методику та інструментарій для роботи із запитом клієнта, який потребує психологічної допомоги. Одним із таких інструментів, який сумісний майже з кожним напрямком у роботі психолога є метафоричні асоціативні карти.

Метафоричні асоціативні карти (МАК) – це універсальний психологічний інструмент, який базується на метафорі, що звертається до підсвідомості людини і використовується для діагностики, корекції, розвитку, розкриття творчих здібностей та коучингу [3]. Як зазначає М. Фабрічева, даний метод підходить для індивідуальної та групової роботи як з дорослими, так і з дітьми [6].

На думку С. В. Локоткової, метафоричні карти допомагають клієнтові обійти внутрішній опір, цензуру та раціональне мислення, а також створюють атмосферу безпеки й довіри, що дозволяє самостійне усвідомлення клієнтом своїх почуттів та переживань через метафору, надають нескінченну кількість комбінацій для пошуку ресурсу й ефективного вирішення проблемної ситуації без додаткової ре травматизації.

Дослідниця Ю. В. Кобикова у своїй статті визначає значну роль у терапевтичній роботі психолога індивідуального підходу до кожного клієнта. За допомогою МАК можна створити умови у яких клієнт взаємодіє з психологом на рівних, зберігаючи при цьому свою активну позицію, а також самостійно несе відповідальність за свої рішення[4].

На сьогоднішній день існує багате різноманіття колод МАК для роботи із самими різними запитами клієнтів, тому всіх їх неможливо перерахувати. Найбільш розповсюдженими колодами вважаються колоди «Persona», «Personita», «OH», «COPE», «Saga», «ECCO», «1001», «HABITAT», «MORENA», «Tan Doo» та інші. Також у психологічній практиці використовуються різні варіанти карт «ТАРО», скриптокарт, спектрокарт та інших проективних зображень.

Спектр використання метафоричних асоціативних карт дуже широкий та має багато переваг, оскільки дає можливість використовувати їх як у контексті самоаналізу та саморозвитку особистості, так і у різних сферах психологічного консультування і психокорекційної роботи.

У науковій літературі наявні матеріали щодо роботи з метафоричними асоціативними картами з військовослужбовцями. Як зазначає О. А. Блінов, при роботі з пораненими і контуженими військовослужбовцями МАК дозволяють швидко і конструктивно налагодити діалог між клієнтом та психологом. Автор статті зазначає, що метафоричні асоціативні карти покращують самопочуття клієнтів на 44 %, підіймають настрій на 54%, підвищують активність на 37% [1].

Т. А. Бородулькіна вважає доцільним використання МАК при підготовці майбутніх психологів для кращого засвоєння лекційного матеріалу, оскільки, на думку автора, метафора зумовлює розвиток образної та смислової сфери, а також активізує здатність до рефлексії. [2]

Л. М. Цибух вважає, що метафоричні асоціативні карти є досить ефективним методом роботи з дітьми та підлітками через його оперативність, тому що вони допомагають виявити актуальні проблеми та особливості міжособистісних взаємовідношень. [7]

С. В. Локоткова стверджує, що способи використання метафоричних асоціативних карт у роботі з дітьми дошкільного віку майже не відрізняються від способів роботи з дорослими, але все-ж таки є певні вимоги до підбирання колод, які будуть краще сприйматися саме дітьми. Також автор звертає увагу на те, що колоди МАК можна використовувати з дітьми від 3-х років для психодіагностики, розвитку, навчання та терапії, але при цьому обов'язково залучаючи до роботи батьків.

Метафоричні асоціативні карти також використовуються для проведення наукових досліджень. О. Ковальчук та О. Канциренко було проведено дослідження за допомогою проективного методу МАК з метою визначення рівня проявів соціальної відповідальності як цінності та психологічного благополуччя української молоді та порівнювали отримані результати з результатами опитувальників [5].

У своєму вебінарі «Вступ до арт-терапії» психолог О. М. Гаркавець зазначила, що для ефективної роботи з метафоричними картами у різних напрямках психології та з різними віковими категоріями обов'язково потрібно використовувати спеціальні терапевтичні запитання, які допомагають клієнтові краще зосередитися на карті, відчути її та допомогти усвідомити свою проблему.

На початковому етапі консультування на базі МАК можна запропонувати клієнтові самому обрати карту, яка відображає його стан на даний момент. Далі, дотримуючись алгоритму психолог задає клієнтові приблизно такі питання:

- Що зображено на цій карті? Як можна назвати її одним словом?;
- Що я відчуваю, коли дивлюсь на карту?;
- Чи присутній я на цій картинці? Хто я? Яку роль я відіграю у подіях, зображених на карті?;
- Про які події з мого життя говорить ця карта?;
- Що мені потрібно зробити, щоб вирішити свою проблему?;
- Яку пораду надає карта мені на майбутнє стосовно даної ситуації?

За допомогою таких запитань, клієнт краще формулює та озвучує свої думки, знаходить ресурс у метафорі та переносить її ресурс для вирішення ситуації у реальному житті.

Робота з клієнтами на базі МАК також має і деякі труднощі, з якими в основному стикаються психологи-початківці. Як вважає психолог Юрченко О.Е., найпоширенішими з таких труднощів є:

- Занадто глибоке занурення клієнта в себе, у свої думки;
- «Ходіння по колу», коли клієнт зациклюється у своїй розповіді на одній ситуації і не бажає про двигатися далі;
- «Випадкове попадання в травму», коли клієнт випадково витягнув карту, яка нагадує про травмуючі події зі свого життя.

Для запобігання таких випадків психологу необхідно змінити вправу або колоду, ставити додаткові запитання, запропонувати психологічну техніку у рамках іншого напрямку,а при роботі з травмою необхідно обов'язково допомогти клієнтові отримати ресурс для покращення самопочуття на початку консультації і в кінці. Тому, правильно підібрані техніки, запитання і колоди є важливим чинниками ефективної терапевтичної роботи психолога на базі метафоричних асоціативних карт.

Значна кількість дослідників та практикуючих психологів вважають, що МАК виявляються одним із поширених та ефективних інструментів у роботі психолога, за допомогою якого можна створити умови для кращого саморозкриття клієнта та самостійного пошуку відповідей на свої питання.

Перспектива наших подальших досліджень буде полягати у дослідженні рівня усвідомлення клієнтами із синдромом вивченої безпорадності своєї відповідальності у прийнятті рішень та знаходження внутрішнього ресурсу задля подолання психологічних

труднощів за допомогою метафоричних асоціативних карт на базі Центрального районного центру соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді Маріупольської міської ради.

Література.

1. Блінов, О. А. Метафоричні асоціативні карти як сучасний метод психологічної хірургії / О. А. Блінов // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: зб наук. праць Київського Національного університету ім. Тараса Шевченка. – Київ. – 2016. – Вип. 4 (29). – С. 6–11.
2. Бородулькина, Т.А. Опыт использования метафорических ассоциативных карт в преподавании психологических дисциплин / Т.А.Бородулькина // Науковий часопис НПУ ім. М.П.Драгоманова. Серія № 12. Психологічні науки: Зб. наукових праць. – Київ: НПУ імені М.П.Драгоманова, 2014. - №43 (67). – С. 59-68.
3. Верникова, Ника Метафорические ассоциативные карты – универсальный инструмент для МАКсимальных результатов. Практическая психология: учебно-практич. пособ. /Н. Верникова. – Винница : ЧП «ТД «Эдельвейс и К», 2014. – 124 с.
4. Кобикова, Ю. В. Метафоричні асоціативні карти (МАК) як інструмент корекції в роботі практичного психолога /Ю.В.Кобикова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.b17.ru/article/71783/
5. Ковальчук О. Застосування проективного методу МАК у дослідженні психологічного благополуччя та соціальної відповідальності особистості / О. Ковальчук, О. Канциренко. // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : Психологія. - 2016. - Вип. 2. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadpn_2016_2_6/
6. Фабрічева, Марія Метафоричні. Асоціативні карти, як можливість читати несвідоме: метод. посіб. /М. Фабрічева. – Київ : Центр ресурсного розвитку «М-Арт», 2014. – 100 с.
7. Цибух Л. М. Застосування асоціативного методу у роботі практичного психолога дитячого центру (на прикладі УДЦ "Молода Гвардія") / Л. М. Цибух // Наука і освіта. - 2014. - № 12. - С. 212-215. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NiO_2014_12_43.

УДК 159.942.5

Гуляс Л. Ю.

РОЗУМІННЯ ПЕРЕЖИВАННЯ У ПСИХОЛОГІЇ

Переживання дають змогу людині впливати, керувати, пізнавати і цінувати життя та світ загалом. Саме переживання спонукають кожну людину переглядати ставлення до себе і свого оточення, переоцінювати вироблену та усталену за роки систему цінностей, усвідомлювати власну сутність. Саме тому дослідження феномена "переживання" є актуальним для вирішення як теоретичних, так і прикладних задач психології [1, с.256].

Як суб'єкт дії людина відчуває вплив середовища, так і впливи своїх власних дій і вчинків, що змінюють її взаємовідносини з оточенням; вона переживає те, що з нею відбувається, і через переживання виявляє своє ставлення до того, що її оточує, що вона робить і що відчуває. Так, ми радіємо, уявляючи зустріч із прекрасним, смуток огортає нас від згадки про розлуку з близькими, рідними. У переживаннях відображається оцінка людиною тих чи інших явищ, спонукання до дії, передбачення її наслідків [3, с.58].

Проведений нами аналіз літературних джерел щодо проблеми переживання дає змогу констатувати, що у психології зазначене поняття застосовується у контексті понять "емоції" та "емоційні стани". У вітчизняних та зарубіжних дослідженнях (Г.М. Бреслав, К.Е. Ізард, О.М. Леонтьєв, А. Ліндслі, О.П. Саннікова, В. Томкінс та ін.) підкреслюється, що емоція насамперед характеризується внутрішнім станом суб'єкта – переживанням. Однак, розрізняють процес переживання як психічну діяльність, що пов'язана з його виникненням і перебігом, та зміст переживання, у якому відображається його соціальна зумовленість. У контексті системно-структурного підходу до вивчення психіки особистості (Б.Г. Ананьєв, Б.Ф. Ломов, В.І. Слободчиков, Б.М. Теплов та ін.) категорія переживання вивчається як форма вияву ставлення до ситуації, форма емоційного відображення, тобто як цілісний психічний акт, що

включає всі аспекти психіки та відображає всю повноту буття індивідуальності. Переживання у контексті діяльнісного підходу вивчалися Ф.Є. Василюком, В.К. Вілюнасом, Л.С. Виготським, О.М. Леонтьєвим, С.Л. Рубінштейном та ін. Досліджуючи особливості процесу переживання, Ф.Є. Василюк виокремлює свідомі аспекти цього феномену. За цією концепцією переживання трактується як певна форма психологічних захистів, особлива форма діяльності психіки, специфічна робота перебудови «життєвого світу», основною метою якої є підвищення осмислення життя. У контексті теорії функціональних систем переживання вивчалися П.К. Анохіним. Досліджувалися фізіологічні стани організму, що мають суб'єктивне забарвлення й охоплюють усі види почуттів та переживань людини – від глибоко травмуючих страждань до високих форм радості та соціального життєвідчуття. Два переживання ніколи не можуть відчуватися одночасно. Вони не можуть існувати поряд, а існують послідовно. Будь-які зміни, що відбуваються в змісті свідомості, впливають на емоційні переживання, змінюючи їх зміст, інтенсивність [2. С.200].

Зміст переживань визначається ставленням суб'єкта до навколишнього середовища. У переживаннях відображається і стан суб'єкта, зумовлений взаємовідносинами з оточенням. У цих взаємовідносинах суб'єкт завжди певною мірою є і пасивним, і активним. Незалежно від нього існують речі, предмети, люди, але вони відображають ——суть предмету його потреб, і тому він є залежним від них, страждаючим, пасивним. Оскільки предмети бажань і прагнень людини існують поза нею, але вони їй необхідні, важливі для прояву й утвердження її суті, остільки суб'єкт намагається оволодіти ними, він активний у своїх переживаннях. Отже, немає загадковості в тому, що людина прагне до переживань, в тому, що її спонукає до цього [4, с.712].

Ступінь усвідомленості переживань може бути різним і залежить від того, якою мірою усвідомлюється саме "ставлення", яке проживається в емоції. Усвідомити емоції — значить не лише відчути переживання, а й співвіднести його з тим предметом чи особою, які його викликають і на які це переживання спрямоване. Неусвідомлені емоції не означають непережиті емоції (такого не буває), а ті, які не співвіднесені або неадекватно співвіднесені з об'єктивним світом.

Переживання завжди є суб'єктивними, приватними. Вони не існують без людини, як існують речі, явища, предмети. Наприклад, грає музика. Ми сприймаємо мелодію. І тут досвід, вік, потреби зумовлюють, що ми відчуваємо — задоволення чи незадоволення, що переживаємо — радість чи смуток. Останнє може навіть супроводжуватися слізьми та іншими проявами емоцій, що відображають смуток.

Представники психоаналізу вважають, що процеси переживання підпорядковані принципам задоволення та реальності. Абсолютизація цих принципів призвела до того, що вищі, духовні закономірності психічного життя зводилися до нижчих. Критика психоаналітичної теорії з боку «гуманістичної психології» призвела до того, що за орієнтири, яким підпорядковані процеси переживання, прийнято принципи творчості і цінності. На думку В. Франкла, переживання відноситься до групи тих явищ, які можуть бути лише наслідком, причому побічним будь-чого, але не об'єктом устремлінь. Переживання спонтанно, автоматично випливає з своєї причини і про нього не потрібно турбуватися. Як тільки людина робить переживання об'єктом своєї уваги, вона втрачає причину переживання, і воно стає недоступним. Подібно до того, як предмет пізнавального дії знаходиться за межами певного когнітивного акту, цінність, на яку направлено переживання, трансцендентна цим переживання. Духовний досвід є надбанням особливої, специфічної чутливості, що дає змогу людині виявляти й усвідомлювати ті чи інші цінності, які кожен суб'єкт сприймає під власним кутом зору. [5, с.416]

В. Франкл вказує на відмінність між причиною і підставою для переживання: «Підстава завжди має психологічну або неологічну природу. Причина, навпаки, – це завжди щось біологічне або фізіологічне». Так, наркотик є причиною пережитого стану свідомості. Але справжніми двигунами людської діяльності не є переживання як такі, а те, що породжує їх, будь то здійснення сенсу або спілкування з іншою людиною. «Звідси зрозумілий той скепсис, який

ми маємо зберігати відносно тих різновидів граничних переживань, які викликані ЛСД або іншими видами інтоксикації. Якщо духовні підстави підміняються хімічними, то слідства виявляються лише артефактами, а певні стани досягаються обхідним біохімічним шляхом. Особливу роль Франкл надає переживанням цінностей, завдяки яким людина може зробити своє життя осмисленим. «Цінності переживання» – особливий вид цінностей, які проявляються в нашій чутливості до явищ навколишнього світу. Унікальність цінностей переживання полягає в тому, що одну-єдину мить, одне гранично інтенсивне переживання може, згідно висновків Франкла, додати сенс усього життя. Складні переживання, такі як любов або відчай, сповнені глибокого змісту і відносяться до духовного, смислового вимірювання. Їх головне призначення в тому, що завдяки їм людина залишається «духовно живою» [6, с.214-215].

Альтернативою «гуманістичної» психології, яка виступила з протестом проти придушення «людського в людині» і намагалася знайти засоби порятунку спонтанного й самобутнього людського «Я» за умов незахищеності особистості перед суспільством і технікою, став трансперсоналізм, девізом якого є позбавлення людини від ілюзії самобутності та унікальності «Я». Для досягнення цієї мети його представники пропонували використовувати самі різні прийоми – від розроблених йогою методик очищення розуму від думок і переживань і повної втрати почуття «Я» до використання психоделіків, фармакологічних засобів, «що розчиняють» індивіда в особливому «блаженному просторі», де немає поділу на «Я» і «не-Я».

Позитивне нововведення щодо розуміння переживання пов'язано з включенням його до схеми «життєвого світу». В онтології життєвого світу переживання є особливою діяльністю перетворення людиною себе і світу в собі за критичних життєвих ситуацій, які складають тканину живого досвіду. У контексті цього нововведення Ф.В. Бассін зробив спробу по'єднати феноменологічний і діяльнісний підходи щодо переживання. Основою його міркувань є ідея, згідно з якою за поверхнею феноменального відчуваємого потоку переживання можна виявити вироблювану їм роботу, що виробляє реальні зміни людської свідомості та поведінки. Цю функцію переживання виконує за тих виняткових ситуацій, коли безсилі як предметно-практична дія, так і емоції. «Справжня проблема таких ситуацій не в усвідомленні сенсу ситуації, не у виявленні прихованого, але наявного сенсу, а в його створенні. Процеси такого роду і складають вимір психологічної реальності, для якого пропонується використовувати поняття переживання».[6, с.216-217]

Саме загальна ідея виникнення сенсу дає змогу говорити про переживання як про продуктивний процес, як про особливу роботу. змістоутворення в цьому випадку розглядається в суто психологічному сенсі, тобто стосовно до критичних ситуацій або ситуацій неможливості, в яких опиняється людина. Вирішення подібних життєвих криз пов'язано з вищими типами переживань, що носять продуктивний, а в межі ЧОГО – творчий характер. Результатом переживання тут виявляється «метаморфоза особистості, переродження її, прийняття нового задуму життя, нового образу-Я».

Переживання, відтак, виявляється вже не психічною «функцією», що стоїть в одному ряду з пам'яттю, сприйняттям, мисленням або уявою. Воно виявляється діяльністю, самостійним процесом, в реалізацію якого функції пам'яті, мислення та уяви включаються так само, як і в реалізацію будь-якої людської діяльності. Виходить, що різні психічні процеси і якості за певних умов набувають компенсаційне значення і починають виконувати роботу переживання. У цьому контексті переживання розглядається як подолання деякого «розриву» життя, як відновлювальна робота. За своїм психологічним змістом процеси переживання виявляються спрямованими на саме життя, на забезпечення психологічної можливості її реалізації.

Сукупний духовний досвід людства можна представити як досвід людського переживання типових духовних подій і обставин життя. Індивідуальна свідомість долучається до цього досвіду за рахунок підключення до особливих символічних структур, виробленим в культурі. У цьому сенсі переживання вже не є деяким внутрішнім, «душевним» процесом, але являє собою роботу з перебудови цілісного психологічного світу особистості, спрямовану на встановлення змістової відповідності між свідомістю і буттям. Цільовий детермінантою переживання

виступає в цьому випадку задоволення потреби в упорядкуванні внутрішнього світу і самоактуалізації людини.

Розглянуті нами концепції переживання у психології складають досить строкату картину, в якій, проте, можна виділити тенденції, що призводять до розуміння переживання як конструктивного компонента особистісного розвитку: тенденцію до відокремлення переживання від елементарних емоційних і чуттєвих процесів, з одного боку, і тенденцію до подолання трактування переживання як чистого інтенціїонального переживання абсолютного свідомості - з іншого. [6, с.218-219]

Література.

1. Токарева С.Б. Проблема духовного досвіду і методологічні підстави аналізу духовності. / С.Б. Токарева. – Волгоград: Вид-во ВолДУ. 2003 – 256 с.
2. Василюк Ф.Е. Психология переживания. Анализ преодоления критических ситуаций / Ф.Е. Василюк. – М.: Изд-во Московского унив-та, 1984. – 200 с.
3. Выготский Л. С. Психология / Л. С. Выготский. – М.: Апрель пресс: Эксмо-Пресс, 2000. – 58 с.
4. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб: Издательство "Питер", 2000. – 712 с.
5. Фахрутдинова Л.Р. Теория переживания. / Л.Р. Фахрутдинова. – Казань : Изд-во Казанского гос. унив-та, 2009. – 416 с.
6. Шаров А.С. Психология переживания: природа, механизмы, феномены / А.С. Шаров // Мир психологии: Научно-методический журнал. – 2004. – №1(37). – 214-219 с.

УДК 159.923.3 **Іванова О. С.**

ФЕНОМЕНОЛОГІЯ ОСОБИСТІСНОЇ УСПІШНОСТІ

На сьогодні однією з актуальних проблем розвитку особистості є категорія успішність. Це пов’язано з тим, що у сучасних життєвих реаліях багатьма вченими спрямованість особистості на досягнення успіху розглядається як важливий чинник розвитку й самоактуалізації. Поняття «соціальна успішність», «професійна успішність», «особистісна успішність», «життєва успішність» щільно увійшли до категоріального апарату сучасної психологічної науки. Проте на нашу думку категорія «особистісна успішність» є недостатньо висвітленою та потребує додаткового розгляду .

Аналіз наукової літератури продемонстрував, що зміст поняття "особистісна успішність" є наслідком осмислення психологічного змісту феномену "успіх" і його похідного поняття "успішність". Розгляд проблеми успіху і факторів, що впливають на його досягнення, в зарубіжній і вітчизняній психології має свою специфіку. Останні публікації зарубіжних авторів характеризуються практико-орієнтованою спрямованістю, вони відрізняються мотивуючим і рекомендаційним характером викладу матеріалу (А. Джексон, С. Кови, Дж. Максвелл, Б. Ньюмен, И. Пинтосевич, Б. Трейси, Н. Хилл, Р. Ентоні та ін.). Образ особистісної успішності в західній і американській культурах виступає однією з проголошуваних громадських цінностей. Найчастіше її асоціюють з егоцентризмом і прагматизмом, орієнтацією на перемогу, високою цілеспрямованою активністю, розставлянням пріоритетів, готовністю долати труднощі, позитивним мисленням, фінансовим благополуччям і кар'єрою, фізичною привабливістю. В основному усі західні дослідники схильні виділяти перелік навичок і конкретних чинників, сукупністю тих, що обумовлюють досягнення успіху. Особливу увагу вони приділяють усвідомленню особою власної успішності в різних життєвих сферах [1].

Вітчизняні психологи, що вивчають феномен успішності і успіху, багато в чому спираються на базові представлення зарубіжних вчених, не порушуючи логіки їх навчань, вони адаптують матеріал до реалій російської дійсності. Поняття успіху у вітчизняній літературі розглядається в декількох аспектах. По-перше, це досягнення певного результату, який

оцінюється особистістю як значущий (об'єктивні показники досягнень і їх суб'єктивна оцінка). По-друге, під успіхом розуміється суспільне визнання досягнень людини (соціальний, нормативний аспект успіху). По-третє, під успіхом розуміється вдача в досягненні чого-небудь, що відповідає вітчизняної ментальності. Ототожнюються поняття успіх і вдача, тому людина більше орієнтована на сприятливий збіг обставин, ніж на власну активність і працьовитість. Сучасні дослідження трактують успіх як певний рівень досягнень; як позитивний результат діяльності суб'єкта відносно досягнення соціально значущих цілей; як форму самореалізації та саморозвитку.

У філософських працях дослідження заявленої проблеми ґрунтується на уявленні про успішну людину як про таку особистість, котра сповнена недосяжними ідеалами та наділена великим прагненням до самореалізації в усіх сферах свого існування (Дж. Аткінсон, Д. Макклелланд, А. Маслоу, Ю. Орлов та інші) [5].

За позицією Л. М. Балецької, [4] модель успішної особистості пов’язують з уявленням про творчі аспекти загалом, які розглядють сьогодні як базові. Натомість, у процесі побудови моделі успіху необхідно врахувати тренди, які мають місце в певний історичний відрізок часу, адже в різні часи людство орієнтувалось на різні способи щодо їх задоволення (матеріальні, духовні та інші). Цілісний підхід до проблеми вивчення успішності з’явився завдяки працям С. Мадді. Автор порівнює, зокрема, людині та її мотиваційно-поведінкові характеристики, що належать різним епохам. Разом з тим, дослідник наголошує на складності успіху: намір – це те, що визначає думки, почуття та дії людини, повязані з досягненням його основних цілей. Характеристики – це статистичні або структурні утворення, як правило, детерміновані намірами; з їх допомогою пояснюються не стільки рух до цілі чи певні результати функціонування, скільки сам факт існування цілей та потреб та їх безпосередній зміст. Важливою, є позиція В. Бадрака про важливість психологічної настанови особистості на успіх, про вміння керувати своїм емоційно-вольовим станом .Тому в особистості, яка відчуває себе успішною, підвищується усвідомлення своєїздатності та компетентності в управлінні своєю життєдіяльністю, вирішенні життєвих труднощів, реалізації поставлених цілей. Іншими словами, успішна особистість усвідомлює свою самоефективність.

Особисто ми схиляємося до думки вітчизняного психолога Л.Дементій, що розрізняє поняття успіх і успішність. У понятті успіх фіксуються об'єктивні досягнення в конкретній діяльності і в житті в цілому. А поняття успішність відображає суб'єктивне переживання досягнення успіху і пов'язується з результативністю власної діяльності, з продуктивністю зусиль особистості [1].

Якщо розглядати поняттяособистісної успішності, то, нажаль, в доступній літературі складно знайти його визначення. Як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники, кажучи про успішність, використовують поняття успіх. Є посилання на переживання успішності (А. Бандура, К.В. Солоєд, Л.І. Дементій). У цьому випадку під успішністю мається на увазі стан, який з'являється в результаті або у передчутті досягнення успіху.

Згідно Лощакової А.Б.: «особистісна успішність пов'язана з унікальністю проявів людини, з сукупністтю її індивідуальних характеристик.» [2] За визначенням А.В. Кушнаренко: «успішність особи виступає як один з рівнів ієрархії, який безпосередньо детермінується особовою суб’єктністю і проявляється як особливий вид активності орієнтований на особові сенси. Вираження цих сенсів відображається у відношенні до себе як до активного, творчо перетворюючого дійсність суб'єктові життєдіяльності.»[1].

Багато дослідників проявляють єдність в тому, що будь-який вид успішності має зовнішню і внутрішню форму прояву [3]. Зовнішня форма успішності об'єктивно спостережувана і піддається оцінці з боку соціального оточення. Внутрішня форма, як самооцінка своєї успішності, вимагає визнання самим суб'єктом того, чого він досяг відповідно до поставлених перед собою цілей і орієнтирів.

Спираючись на праці вітчизняних дослідників Лощакова А.Б. пропонує виділити чотири основні компоненти особистісної успішності : когнітивний, ціннісно-смисловий, емоційно-вольовий, поведінковий. Кожен із заявлених компонентів реалізує певну функцію в контексті

особової успішності, при цьому в різні моменти одна з них може виходити на перший план, а інші функції сприятимуть її реалізації [2].

Когнітивний компонент містить наявність у суб'єкта знань про феномен особистної успішності, її ознаки і способи досягнення. Зміст цього компонента так само припускає адекватне уявлення про свій внутрішній світ і особистий потенціал за допомогою аналізу досвіду успішної поведінки /неуспіх. Вважаємо, що в структурі особистісної успішності цей компонент виконує пізнавально-оцінкову функцію, яка відповідає за постановку мети, розробку траєкторії руху до неї, осмислення власної успішності на різних етапах обраного шляху і при необхідності внесення коректив в цей процес.

Наступний структурний елемент особистісної успішності - ціннісно-смислової. Його суть характеризується наявністю у суб'єкта стійкої системи особистих сенсів і цінностей шляхом засвоєння громадського культурно-історичного досвіду. В цілому ця система визначає лінію поведінки в ситуації вибору і впливає на міру прийняття особистої відповідальності за реалізацію свого способу життя, а також має на увазі моральну оцінку власних вчинків, отриманих результатів і обраних засобів їх досягнення. Вважаємо, що цьому компоненту особистісної успішності властива, передусім, нормативно-орієнтаційна функція. Згідно з цим вибудовується світогляд суб'єкта, сприяючий самовизначенню в різних сферах його життєдіяльності, формуванню ціннісних орієнтацій і пріоритетних установок істинної особової успішності.

Емоційно-вольовий компонент включає почуття і переживання як реакції на явища і ситуації, що мають особливе значення для суб'єкта. Тут слід говорити про позитивний настрій по відношенню до власної особи і навколишніх людей, самоповазі, наявності эмпатійних якостей, відчутті емоційного благополуччя, переживанні почуття внутрішньої гармонії і задоволеності. Вольова складова даного компонента відбивається в розвиненій саморегуляції і самоорганізації, вираженій самоефективності, наявності певних вольових якостей, серед яких важливе місце займають цілеспрямованість, самостійність, рішучість, ініціативність. Емоційно-вольовий компонент особистісної успішності, на наш погляд, містить в собі сигнально-регулятивну функцію, що припускає в даному випадку адекватне сприйняття і реагування суб'єкта на те, що відбувається навкруги і усередині себе, мобілізацію особових ресурсів у важких життєвих ситуаціях і т. п.

Завдяки поведінковому, часто зовні спостережуваному компоненту, об'єктивувалися мотиви, спрямування, очікування суб'єкта. Розкривається в його реальній діяльності і вчинках, активності і відповідальній поведінці при взаємодії з навколишньою дійсністю. Цей компонент виконуєдієво-практичну і процесуальну функції особистісної успішності, що утілюються в доцільності, конструктивності, ефективності здійснюваних дій, їх своєчасному коригуванні. Усе це вимагає від людини практичного оволодіння уміннями і навичками самопізнання, саморозвитку і самоорганізації в повсякденному житті.

Спираючись на проведений аналіз літератури ми можемо зробити наступний висновок: особистісна успішність має, передусім, суто індивідуальну значущість і на відміну від інших видів успішності (соціальної, професійної та ін.) більше орієнтована на суб'єктивну внутрішню оцінку. У загальному плані особистісну успішність ми розглядаємо як інтеграційну і стійку характеристику особи, що відбиває позитивний, успішний результат певних індивідуальних дій завдяки власному внутрішньому потенціалу, взаємозв'язаної сукупності психологічних властивостей і якостей, що призводить до відчуття гармонії зі світом і самим собою, втіленню значимого для себе і громадської культури життєвий сенс.

Таким чином, проаналізувавши теоретичні підходи до проблеми успіху й успішності, а також, розглянувши психологічну структуру концепту «особистісна успішність», ми можемо зробити висновок, що розгляд феномену «особистісної успішності» є й надалі актуальним, так як, саме переживання себе як успішної людини стає сенсо-утворюючою базою для переживання себя повноцінною, психологічно здоровою та щасливою людиною

Література

1. Дворецкая М.Я., Лощакова А.Б. Образ успешности в современных психологических исследованиях // М.Я. Дворецкая, А.Б. Лощакова — Интернет-журнал «Мир науки» 2016, Том 4, номер 2 http://mir-nauki.com/PDF/09PSMN216.pdf (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
2. Лощакова А. Б. Психологическая структура личностной успешности [Текст] / А. Б. Лощакова // Научное и образовательное пространство: перспективы развития : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 13 авг. 2017 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. — С. 182–184. — ISBN 978-5-9500768-1-7
3. Лощакова А.Б. Внешняя оценка линостной успешности с помощью экспетного метода / А.Б. Лощакова — М, 2000. — 250 с.
4. Балецька Л. М. Психологічні особливості атрибуції успіху у професійному самовизначенні студентів вищих навчальних закладів / Л. М. Балецька – дис. канд. психолог.наук. – К., 2014.
5. Лейфрид, Н.В. Ответственность как личностная детерминанта представлений об успешном человеке [Текст]: автореф. дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Н.В. Лейфрид. - Краснодар, 2006. - 21 с.

УДК 159.923.33:3709112-051 **Коренєва І.В.**

СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЛАСНОГО КЕРІВНИКА ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проблемою розвитку соціальної компетентності особистості займалися Б.Г. Ананьєв, Л.С. Виготський, О.М. Леонтьєв, С.Л. Рубінштейн, О.Г. Асмолов, П.Я. Гальперін, Л.М. Мітіна, О.В. Сухомлинська, О.Г. Мороз, Н.Г. Ничкало, В.О. Сластьонін, Л.Ф. Спірін, С.Г. Вершловський, А.Б. Добрович, Ю.Н. Ємєльянов, М.Х. Тітма, І.Д. Звєрева, та ін. За результатами аналізу наукових джерел у складі соціальної компетентності як найсуттєвіші характеристики були виділені ціннісно-мотиваційний, соціально-когнітивний, соціально-поведінковий, соціально-рефлексивний компоненти, І.О. Мирна [4], на основі опису цих компонентів виділяє наступні критерії: світоглядний (виражає ступінь розвитку ціннісно-мотиваційної сфери); когнітивний (виражає повноту і міцність відповідних знань, здатність пізнавати соціально-педагогічну реальність); діяльнісний (виражає ступінь розвитку умінь і поведінки); рефлексивний (виражає об’єктивність оцінювання та сприйняття, самоаналізу та аналізу педагогічних ситуацій).

До системи мотивів професійної діяльності класного керівника входять чотири групи мотивів, спрямованих на різні аспекти педагогічної поведінки: 1) мотиви розуміння призначення професії; 2) мотиви професійної діяльності, що орієнтовані як на процес, так і на результат професійної діяльності; 3) мотиви професійного спілкування (престижу професії в суспільстві, соціальної співпраці в професії, міжособистісного спілкування в професії); 4) мотиви виявлення особистості в педагогічній професії (мотиви розвитку і самореалізації, мотиви розвитку індивідуальності) [3].

Соціальні цінності та мотивація особистості до професійної діяльності впливають як на процес, так і на результат розвитку соціальної компетентності. Високо мотивовані класні керівники більше працюють і, як правило, досягають кращих результатів у діяльності. Спрямованість на взаємодію у професійній діяльності класного керівника має місце тоді, коли дії вчителя визначаються потребою у спілкуванні з учнями, намаганням підтримувати дружні стосунки з колегами. Розвиток потреби у педагогічному спілкуванні класного керівника направляє його професійну діяльність до взаємодії з суб’єктами освітнього процесу.

З позиції діяльнісного підходу, розвиток особистості класного керівника ґрунтується на теорії діяльності, тому розвиток його соціальної компетентності орієнтується на розвитку необхідних умінь: комунікативних, організаторських, контролю та самоконтролю [2]. Соціальна компетентність класного керівника передбачає наявність сформованих комунікативних умінь на високому рівні, готовності до професійної комунікативної діяльності.

У основі педагогічного організаторського уміння класного керівника лежать знання і творчий підхід педагога до організаторської роботи, організаторські вміння тісно пов'язані з організаторською діяльністю взагалі та з усіма іншими групами умінь. Здатність до вирішення конфліктів та проблем розвивається на основі засвоєних загальних та професійних знань у даній сфері, розвитку спеціальних вмінь і навичок.

Розвинена здатність до рольової гнучкості включає у себе систему соціально значущих знань та вміння застосовувати теоретичні знання у педагогічній діяльності. Ці вміння обумовлені самою сутністю соціальної компетентності.

У діяльності класного керівника почуття відповідальності поєднує його професійні зусилля із загальним інтелектуально-почуттєвим станом школяра. Професійна відповідальність класного керівника має узгоджуватися з його здатністю до прогнозування морального становлення та розвитку вихованця. Важливою рисою класного керівника є здатність сприймати позицію іншої людини (учнів, колег та ін.), вміння почути і зрозуміти співрозмовника, відтворити та інтерпретувати його думки, поведінку [1].

Соціальна компетентність як структурно-функціональне поняття має ієрархічну організацію. До рівнів розвитку соціальної компетентності класного керівника відносять: репродуктивний (низький), конструктивний (середній), творчий (високий). Світоглядний, когнітивний, діяльнісний і рефлексивний критерії дають можливість всебічно дослідити соціальну компетентність класного керівника, а репродуктивний, конструктивний та творчий рівні розвитку допомогають встановити ступінь сформованості кожного з показників соціальної компетентності.

Висновок. Класний керівник – це ключова фігура в організації цілісного педагогічного процесу в конкретному класі. Він є його керівником та координує дії усіх об’єкт-суб’єктів, що беруть в ньому участь. Основні функції діяльності класного керівника – координуюча, розвиваюча та виховна – реалізуються через такі види роботи, як педагогічний моніторинг, проективна, організаторська та гностична діяльності. Відтворення цих видів діяльності розглядається через призму ділових, професійних, можливо, особистісних відносин з учнями, вчителями – предметниками, психологом, соціальним педагогом, батьками учнів.

Література.

1. Болдырев Н. И. Методика работы классного руководителя: Учеб. пособие по спецкурсу для студентов пед. ин-тов./ Н.И. Болдырев – М.: Просвещение, 1984. – 172 с.
2. Гільбух Ю. З., Киричук О. В. Шкільний клас: як пізнавати й виховувати його душу./ Ю.З.Гільбух, О.В. Киричук. – Київ: НПЦ Перспектива, 1996. – 208 с.
3. Класний керівник у сучасній школі.: Методичний посібник / В.М. Оржеховська, О. І. Пилипенко та ін. – К.: Інститут змісту і методів навчання, 1996. – 156 с.
4. Мирна І.О. Діагностика соціальної компетентності класних керівників / І.О. Мирна // Теорія і практика підготовки майбутніх учителів до педагогічної дії : зб. матеріалів конференції. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2011. – С. 106-109.

УДК 159.9:331.102.24

Олефіренко К. С.

СУТНІСТЬ І СТРУКТУРА ПОНЯТТЯ «ПРОФЕСІЙНИЙ ІНТЕРЕС»

Проблема інтересу є одним зі складних питань, яке давно привертає увагу вітчизняних і зарубіжних психологів і педагогів. Теорії інтересу досліджували - Мещеряков Б.Г., Заїченко В.П., Варшава Б.Є., Виготський Л.С., Жмуров В.А., Мясищев В.Н., Левітов Н.Д., Рубінштейн С.Л. та інші.

Інтерес – мотив, що сприяє орієнтуванню в якій-небудь області, ознайомленню з новими фактами, більш повному і глибокому відображенню дійсності. Суб’єктивно для індивіда – інтерес виявляється в позитивному емоційному тоні, який набуває процес пізнання, бажання глибше ознайомитися з об’єктом, дізнатися про нього ще більше, зрозуміти його. Задоволення

інтересу, як правило, не призводить до його згасання, а внутрішньо перебудовуючи, збагачуючи і поглиблюючи його, викликає виникнення нових інтересів, що відповідають більш високому рівню пізнавальної діяльності. Таким чином, інтереси виступають в якості постійного спонукального механізму пізнавальної діяльності [1., с. 289].

В психології поняття «інтерес» розглядається як:

- споживче відношення або мотиваційний стан, що спонукає до пізнавальної діяльності, що розгортається переважно у внутрішньому плані [2, с. 672];
- емоційно забарвлена установка, спрямованість на яку-небудь діяльність або на який-небудь об'єкт, викликана позитивним ставленням до предмету [3];
- довільна і стійка спрямованість уваги до об'єкта, мети, результату діяльності, які суб'єктивно розглядаються індивідом як такі, що для нього значний або глибокий сенс [4, с.315].

Таким чином, в психології інтерес розглядається як потреба, спрямованість особистості, емоційне ставлення, що є рушійними силами поведінки.

Інтерес представляється дослідниками по-різному: чи як оцінка значення, мимовільна і довільна увага, чи як відчуття, прагнення, потяг, потреба, схильність. У визначенні інтересу різними авторами перераховані вище поняття дуже часто переплітаються, зв'язуються зі здібностями, схильностями, уявленнями, мотивами і т.п.

Для теорії інтересу важливо розуміння того, що саме є джерелом виборчої активності і в чому вона проявляється. Представниками біологічних теорій є В. Мак-Дуголл, З. Фрейд, Е. Клапаред і інші, які вбачають витоки інтересу у вроджених властивості, в інстинктах.

Представники біхевіоризму (Е. Торндайк, Р. Вудвортс і інші) - механізм розвитку інтересів ототожнюють з механізмом утворення звички і розуміють інтерес як тенденцію повторити дії, які вже багато разів повторювалися.

Якщо розглядати структуру інтересів як складний комплекс психічних властивостей, пов'язаних з спрямованістю особистості, то для багатьох авторів, хоча вони прямо даного питання і не ставлять, характерна позиція, відповідно до якої інтереси (спрямованість особистості) визнаються відносно незалежним, самостійним компонентом особистості, що впливає на інші компоненти. На це вказують С.Л. Рубінштейн, І.М. Назимов.

Інтенсивність інтересу власне професійного рівня пояснюється тим, що крім безпосередньої мотивації певної діяльності додаються ще й опосередковані мотиви, викликані значимістю даної діяльності як професійної, як такої, завдяки якій людина в майбутньому стане цінуватися як особистість і яка визначить його професійне просування.

У розвитку професійних інтересів здійснюється їх структуралізації при переході від численних неглибоких до єдиного глибокому інтересу. У розвитку професійних інтересів спостерігається тенденція до зростання їх автономії. Якщо при споживчих інтересах поведінку людини більше визначається середовищем (ситуацією), то при сформованому професійному інтересі особистість ними керується. У моделі професійних інтересів професійне самовизначення є кордоном між рівнем інтересу діяча і рівнем власне професійного інтересу. Виникає питання: чи можливо професійне самовизначення на більш низьких рівнях професійного інтересу? На це питання слід відповісти ствердно. Досить часто зустрічається професійне самовизначення, не пов'язане з вищим рівнем професійних інтересів.

У таких випадках, однак, відсутня тісна структурна зв'язок між інтересом і обгрунтованим самовизначенням, немає сталості ні в інтересі, ні в професійному самовизначенні. Виходячи тільки з наявності (або відсутності) професійного самовизначення, доцільно розділити перші два («попередніх») рівня на підрівні: інтерес споживача без професійного самовизначення і з професійним самовизначенням, інтерес діяча без професійного самовизначення і з професійним самовизначенням, усвідомленими людиною як неостаточний (збираюся вибрати або буду вибирати ту чи ту професію).

Отже, узагальнюючи вищевикладене, зазначимо: 1) професійний інтерес являє собою складний комплекс психічних властивостей і станів, що включає виборчу пізнавальну, емоційну і вольову активність, спрямовану на обрану професійну діяльність; 2) в процесі

діяльності, інтерес підтримується як наявністю певних передумов здібностей (і збігом їх із загальною спрямованістю особистості), так і стимулюванням, позитивним ставленням, заохоченням з боку. 3) Залежно від широти і глибини інтересу, знаходиться рівень розвитку особистості.

Література.

1. О.О. Чумак Психологія особистості. / О.О. Чумак // Навчальний посібник. Старобільська ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2016. -289 с.
2. Мещеряков, Б.Г. Психологічний словник / Б.Г. Мещеряков, В.П. Зінченко. - СПб. : Прайм - Еврознак, 2005. - 672 с.
3. Варшава, Б.Є. Великий психологічний словник [Електронний ресурс] / Б.Є. Варшава, Л.С. Вигодський // Psyho.ru: [web-сайт]. - 2010-2013. - Режим доступу: http://www.psyho.ru/dictionaries/bolshojpsixologicheskij-slovar/interes/.
4. Жмуров, В.А. Велика енциклопедія по психології [Текст]: довід. посібник / В.А. Жмуров. - 2-е вид. - СПб. : Норинт, 2012. - 315 с

УДК 159.943.75 **Омельченко Ю.С.**

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗНАХОДЖЕННЯ ЛІВОРУКОЇ ДИТИНИ У ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ

Необхідність використання знань про психофізіологічні особливості дітей у навчанні обґрунтовується в дослідженнях Т.В.Ахутіної, М.М.Пилаєва, Ю.В.Мікадзе, М.К.Корсакова, В.А.Москвіна, А.В.Семенович, Е.Г.Сімерицької та інших. Під “лівшами” мають на увазі осіб із лівою (лівосторонньою), а під “правшами” - з правою перевагою показників функціональної асиметрії мозку. До категорії “діти-лівші” відносять також “побутових лівшей” - дітей, що використовують при письмі праву руку, а у виконанні побутових дій – ліву; до категорії амбідекстрів - тих, хто використовує обидві руки однаково та частіше має змішаний профіль асиметрії (Т.А.Доброхотова, Н.М.Брагіна). До категорії “ліворукі діти” відносять дітей, які при письмі та виконанні побутових дій активно використовують ліву руку.

Особливості міжпівкульної асиметрії мозку виявляються у вищих психічних функціях дитини, її пізнавальній діяльності, пристосуванні до різних впливів довкілля; вони зумовлюють індивідуально-психологічні особливості учня (Л.Біанкі, В.Л.Деглін, С.Спрингер та Г.Дейч, Д.Кімура, Є.Д.Хомська).

Ведучу руку не можна змінювати на власний розсуд: будь-яке втручання в роботу мозку призводить до непередбачених наслідків. Часто в ліворуких дітей, яких завзято переучували, розвиваються невротичні реакції та неврози. Ознаками цих небажаних явищ можуть бути: розлади сну й апетиту, головний біль, біль у животі, страхи, денний і нічний енурез, заїкуватість, тики, нав’язливі рухи, підвищена збудливість, дратівливість. Можуть виникнути захитування в транспорті, підвищена чутливість до спеки, задухи, запахів, тривале занепокоєння, непосидючість, млявість, загальмованість, погіршення зору.

Освітнє середовище - це сукупність природних, фізичних та соціальних об’єктів й суб’єктів, які впливають на формування учня, на його творчий, професійний та особистісний розвиток, сприяють становленню міжсуб’єктних взаємодій та особистісно орієнтованих педагогічних комунікацій в освітньому процесі, забезпечують умови комфортної життєдіяльності учня в навчальному закладі та поза його межами.

Процес навчання дітей-лівшей і ліворуких у школі має свою специфіку й особливості (М.М.Безруких, А.П.Чупріков, А.Л.Сиротюк, А.В.Семенович та ін.). Вчені акцентують увагу, що педагогам необхідні теоретичні знання про психофізіологічні закономірності та відмінності в психіці дітей, які зумовлені функціональною асиметрією мозку. Так, у правшей домінуючою, як правило, є ліва півкуля, що спеціалізується на переробці вербальної інформації. У лівшей розподіл основних функцій між півкулями більш складний. Функціональна асиметрія в лівшей менш виражена, відзначається менш чітка спеціалізація в роботі півкуль головного мозку. У

ліворуких більш автономні не тільки півкулі, але й виявлена менша стійкість взаємодії півкуль між собою (С.Спрінгер, Г.Дейч). Різнорідність психофізіологічних характеристик дітей-лівшей і ліворуких пов'язана саме з меншою стійкістю функціональної організації мозку.

Незважаючи на групову різнорідність, встановлено (М.М.Безруких, М.Г.Князєва, Ю.В.Мікадзе, Н.К.Корсакова), що в діяльності дітей-лівшей і ліворуких індивідуально-психологічні особливості мають наступні прояви: 1) труднощі здійснення зорово-моторної координації (внаслідок чого діти погано справляються із завданнями на змальовування графічних зображень, мають поганий почерк); 2) недоліки просторового сприйняття і зорової пам'яті (труднощі при аналізі просторових співвідношень, дзеркальність письма, оптичні помилки); 3) синтетичний стиль пізнання (для розуміння їм необхідне більш тривале поетапне пророблення матеріалу); 4) слабкість уваги, труднощі переключення і концентрації; 5) мовні порушення, помилки звукобуквенного аналізу; 6) порушення наочно-образного мислення, зорової пам'яті, просторового сприйняття; 7) знижена працездатність і підвищена стомлюваність. Ці особливості безпосередньо впливають на успішність оволодіння навчальними навичками. Крім того, ліворукі діти мають труднощі при визначенні правої і лівої сторін, розташування предметів у просторі.

Т.В.Ахутіна, М.М.Безруких, О.І.Захаров, Н. Траутгот, А.П.Чупріков та інші вказують, що ліворукість і лівшество є варіантом норми розвитку, індивідуальною своєрідністю, однак наявність несприятливих факторів, до яких можна віднести переучування, ігнорування індивідуальних особливостей цих дітей, “декстра-стрес” (вплив праворукого оточення) можуть ставати причиною дезонтогенеза і шкільної дезадаптації. Вчитель може оптимізувати процес навчання цих дітей. Для цього він повинен володіти відповідними знаннями, вміти модифікувати навчальні завдання, мати особливу спрямованість на роботу з цими дітьми, врахувати їх інтереси і потреби, бути психологічно готовим до роботи з дітьми-лівшами і ліворукими.

Література.

1. Безруких М. М. Если ваш ребенок левша: [учеб. пособ.]. / Безруких М.М., Князева М. Г. – Тула: «Арктоус», 1996. – 78 с.
2. Доброхотова Т.А. Левши: [учеб. пособ.] / Т. А. Доброхотова, Н.Н. Брагина. – М.: Книга, Лтд, 1994. – 232 с.
3. Ціріхова Е. В. Управління психологічної безпекою освітнього середовища коледжу [Текст] / Е.В. Ціріхова // Психологія в Росії і за кордоном: матеріали Міжнар. науч. конф. (М.Санкт-Петербург, жовтень 2011 року). - СПб .: Реноме, 2011. - С. 72-75. - URL https://moluch.ru/conf/psy/archive/32/853/
4. Чупріков А. Ліворука дитина: яка вона? / А. Чупріков, І. Марценківська // Дошкільне виховання. – 1996. – №5. – С. 18-19.

УДК 159.99 **Павлов Д. А.**

ГУМОР ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДЛІТКІВ

На сьогодні, вивчення проблем соціалізації підлітків займає важливе місце, як у психологічній науці, так і у практиці. Проблема соціалізації підлітків стоїть на окремому місці через специфіку віку та особистісних зміненнях під час протікання підліткового періоду. Психологічні практики досі не мають одностайного рішення, стосовно того, що можна вважати механізмами соціалізації. Різні вчені, вважали, що механізмами соціалізації можна називати імпритинг, екзистенційний натиск, наслідування, ототодження, навіювання, соціальна фасілітація.[4]

Змістовний аналіз наукових розробок провідних спеціалістів з психології гумору демонструє складність та багатовимірність даного феномену, що підтверджується різноманіттям підходів до його вивчення. Закономірно, що жоден з напрямків вивчення, взятий окремо, не розкриває повною мірою сутність гумору, а відображає лише окремі його

характеристики. Складність дослідження гумору полягає у глибині та неоднозначності його взаємозв'язків з різними сторонами вну- трішнього світу особистості, її поведінкою. Тому гумор як об'єкт наукового дослідження, а також його механізми та особливості, набуває в психології все більшої популярності. Гумор визначають як здатність особистості виявляти, фіксувати та осмислювати комічне у навколишній дійсності та емоційно на нього реагувати.[4] На даний момент у психологічній науці визначено три стиля гумору: афіліативний, самостверджувальний та агресивний.[2] Усі три стиля, можуть вживатись підлітками задля соціального схвалення та позитивної оцінки групою.

Психологічне дослідження гумору як інструменту соціалізації підлітка проводилось у травні 2017 року. У дослідженнях прийняло участь 57 респондентів, віком від 15 до 16 років. Учасникам було запропоновано прийняти участь у психологічному дослідженні, в рамках якого вони мали пройти три тестування. Нами була обрана стратегія визначення взаємозв'язку між атмосферою у групі та особистісними стилями гумору кожного члена групи

Для дослідження атмосфери у групі, ми обрали методику «атмосфера у групі» (Ф.Фідлєр). Методика використовується для оцінки психологічної атмосфери в колективі. В основі лежить метод семантичного диференціала. У додатках надається бланк методики. Відповідь по кожному з 10 пунктів шкали оцінюється зліва направо від 1 до 8 балів. Чим лівіше розташований знак, тим нижче бал, тим сприятливіші психологічна атмосфера в колективі, на думку відповідаючого. Підсумковий показник коливається від 10 (найбільш позитивна оцінка) до 80 (найбільш негативна)

На підставі індивідуальних профілів створюється середній профіль, який і характеризує психологічну атмосферу в колективі Методика цікава тим, що допускає анонімне обстеження, а це підвищує її надійність. Надійність збільшується і в поєднанні з іншими методиками (наприклад, соціометрією).

Для дослідження особистих статусів членів класного колективу ми використовували саме соціометричну методику Я.Морено. Дана методика дозволяє визначити положення випробуваного в системі міжособистісних відносин тієї групи, до якої він належить. Соціометрична процедура полягає в тому, що членам групи пропонують перерахувати у порядку переваги тих членів групи, з якими вони хотіли б разом працювати, відпочивати, сидіти за партою, тощо. Питання про бажання людини спільно з ким-то брати участь у певній діяльності називаються критеріями вибору.

Успіх вивчення взаємин залежить від правильного підбору цих питань. Розрізняють слабкі і сильні критерії вибору. Чим важливіше для людини та чи інша діяльність, чим тісніше і триваліше спілкування вона передбачає, тим сильніше вважається критерій вибору. Найчастіше в соціометричному дослідженні поєднуються питання різних типів. Вони добираються таким чином, щоб виявити прагнення людини до спілкування з членами групи в різних видах діяльності: у праці, навчанні, відпочинку, дружбу тощо.

Дослідження групи за допомогою даної методики зазвичай проводиться тоді, коли група включає в себе не менше 10 осіб і існує не менше одного року. Для дослідження провідного стилю гумору, була використана методика «Опитувальник стилів гумору Мартіна». Включає в себе 32 питання й дає змогу виокремити який стиль гумору притаманний тому чи іншому учаснику групи. «Опитувальник стилів гумору» є одним з перших інструментів такого роду. Запропонована класифікація стилів гумору заснована на двох критеріях:

- спрямованість гумору на себе або на інших
- підтримуючий характер гумору або зневажливий його тон, насмішка.

Так, автори описують 4 стилю почуття гумору: афіліативний, самоподдерживающий, агресивний і самозневажливий. Люди с аффилиативной почуттям гумору часто жартують, спонтанно залучаються до добродушний обмін жартівливими зауваженнями. Цей м'який, доброзичливий і толерантний стиль гумору сприяє зміцненню міжособистісних відносин і зростання взаємної привабливості.

Література.

1. Аболін Л.М. Психологічні механізми емоційної стійкості людини. / Л.М. Аболін –Казань, 1987. – 262 с.
2. Абульханова К.А. Психологія свідомості особистості (Проблеми методології, теорії та дослідження реальної особистості). / К.А. Абульханова – М., 1999. – 224 с.
3. Аксьонова Н. М. Особистісні характеристики его-ідентичності як чинник професійного самовизначення студентів у вузі: Автореф.дис. канд. психол. наук. – Іркутськ, 2004. – 18 с
4. Андреєва О. Н. Суперечності в самовідношенніі проблемні переживання в підлітковому віці: дис. канд. психол. наук. – Спб., 2003. – 200 с.
5. Белугина Є.В. Ставлення до свого зовнішнього вигляду в період середини життя: автореф. Дис. ... Канд. Псих. Наук / О.В. Белугина; РГІ. - Ростов-на-Дону, 2003 - 22 с.
6. Бернс Р. Розвиток Я-концепції і виховання / Р. Бернс – М .: Прогрес, 1986. – 399с.
7. Бодалев А.А., Столін В.В., Аванесов В.С. Загальна психодиагностика / А.А. Бодалев, В.В. Столін, В.С. Аванесов – СПБ .: Изд-во «Річ», 2000. – 440 с
8. Божовіч Л. І. Проблеми формування особистості. / Л. І. Божовіч – Воронеж, 2004 – 250с.
9. Божович Л.І. Вибрані психологічні праці: Проблеми формування особистості / Під. с Ред. Д. І. Фельдштейна. М., 1995. - 209 с
10. Болотова А.К. Розвиток самосвідомості особистості: тимчасової аспект // Питання психології. / А.К. Болотова – 2006. – № 2. – С. 116-125.
11. Бородіна Л.В. Мотивація саморозкриття особистості в юнацькому віці. дис. канд. псих. наук. – Р-н-Д, 2001, – 172 с.

УДК 159.98:159.922.76 **Русецька О. М.**

ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА ЯК УМОВА СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБЛИВИХ ДІТЕЙ.

На сучасному етапі розвитку нашої країни все більшої актуальності набуває проблема впровадження інклюзивної освіти та психологічного супроводу дітей з особливими потребами. Сьогодні в Україні, кількість дітей з особливими потребами у закладах освіти поступово зростає. Вони мають змогу відвідувати спеціальні, корекційні заклади, де для них організовані відповідні зручні умови і звичайні групи та класи разом зі здоровими дітьми. Одним із можливих засобів більш якісного включення таких дітей до соціуму є впровадження інклюзивного навчання у закладах освіти вже з дошкільного віку. Інклюзивне навчання – це навчально-виховний процес, що забезпечує дитині з вадами здоров'я навчання у середовищі здорових однолітків в навчальному закладі з урахуванням можливостей дитини та її особливих потреб. Спільне проведення часу корисне не тільки для дітей з відхиленнями, але й для здорових дітей, оскільки у останніх формується толерантність, позитивне сприйняття несхожих на них людей. У той же час, на нашу думку у дитини з особливими потребами в умовах інклюзивної освіти відбувається становлення та формування позитивного самосприйняття.

Україна поступово збільшує кількість освітніх закладів, готових до організованого навчання дітей з особливими потребами, тому що «незвичайні» діти вимагають рівних можливостей зі звичайними дітьми у отримані якісної освіти, створенні умов для їх розвитку. Цьому сприяє її участь у міжнародних проектах, таких як, наприклад, українсько-канадський проект «Інклюзивна освіта для дітей з особливими потребами в Україні» і прийняття спеціальних нормативно-правових документів, а саме: Конституція України, Декларація про права дитини, Саламанська декларація, Закон України «Про охорону дитинства» стаття 26 «Захист прав дітей-інвалідів та дітей з вадами розумового або фізичного розвитку», Закон України «Про реабілітацію інвалідів в Україні», Закони України "Про освіту", "Про загальну середню освіту", "Про дошкільну освіту", Наказ МОН України від 01.10.2010 р. № 912 «Концепція розвитку інклюзивного навчання», Наказ МОН від 31.12.2015 № 1436 «Про затвердження Плану заходів щодо забезпечення права на освіту дітей з особливими освітніми потребами в загальноосвітньому просторі», Лист МОН № 1/9-487 від 12.10.15 «Щодо організації діяльності інклюзивних груп у дошкільних навчальних закладах» тощо.

В освітніх закладах має бути організований якісний психологічний супровід дитини з вадами здоров`я, що виражається в уважному спостереженні за психологічним і соціальнім розвитком дитини та необхідній психологічній підтримці, що сприятиме ефективному розвитку «незвичайної» дитини. Саме тому, тема дослідження є актуальною та значущою. Головною метою психологічного супроводу особливої дитини є її соціалізація, з метою її підготовки до самостійного життя. Окрім цього, психологічний супровід дітей з вадами розумового та психофізичного розвитку передбачає: забезпечення зручних умов для ефективного психічного розвитку дітей; проведення діагностики, психокорекції та консультування дітей; психологічну допомогу батькам особливих дітей.

Метою дослідження стало визначення особливостей психологічного супроводу дітей з особливими потребами в дошкільному віці в умовах інклюзивного навчання.

Теоретико-методологічною базою виступають дослідження властивостей психологічного супроводу особливих дітей в умовах інклюзивного навчання, їх адаптація до сучасного соціуму є предметом дослідження багатьох науковців, зокрема А.А. Колупаєвої, В.І. Бондар, В.В. Тищенко, В.М.Синьова, В.С.Агєєвої, Л.М.Гречко, С.П.Миронової, О.І.Донцової, О.В.Чопік тощо. Іноземними дослідниками з даного питання є M. Rodda , J. Lupart, J. Andrews та інші. Незважаючи на існуючі дослідженя з цієї проблеми, багато її сторін ще не достатньо висвітлено. Особливо це стосується специфіки впровадження інклюзивного навчання у ДНЗ. Враховуючи усе вищезазначене, темою дослідження виступає «Особливості психологічного супроводу дітей з особливими потребами в умовах інклюзивного навчання у ДНЗ».

Методологічною базою є культурно-історична концепція розвитку вищих психічних функцій (Л.С.Виготський); концепція впливу на розвиток дитини соціального середовища (Л.С.Виготський, С.Л.Рубінштейн); можливості людини з компенсації та корекції дефекту(А.Адлер, З.Фрейд); концепції розвитку інклюзивної освіти в Україні та психолгічного супроводу дітей з особливими потребами в її умовах.

Метою дослідження стало визначення особливості психологічного супроводу дітей з особливими потребами в дошкільному віці в умовах інклюзивного навчання

Ми вважаємо, що використання програми психологічного супроводу дитини з особливими потребами підвищить рівень її психологічного комфорту та забезпечить вдалу соціалізацію.

Література

1. Бондар В.І. Проблеми корекційного навчання у спеціальній педагогіці : навч. посіб. / В.І. Бондар – К.: Наш час, 2005. – 176с.
2. Гречко Л.М. Психологічне обстеження дітей з психофізичними вадами в умовах інтегрованого навчання / Л.М. Гречко // Зб. наук. праць Кам’янець-Подільського державного університету: Серія соціально-педагогічна: Вип. 7. – Кам’янець-Подільський – 2007. – С.266–269.
3. Гречко Л.М. Соціальна ситуація розвитку дітей з психофізичними вадами в різних типах закладів / Л.М. Гречко // Актуальні проблеми спеціальної психології та педагогіки. Зб. наук. праць – Херсон, 2005. – С. 52–56.
4. Колупаєва А.А. Інклюзивна освіта: реалії та перспективи: монографія / А.А. Колупаєва. – К. : Саміт-Книга, 2009. – 271 с.
5. Кравченко Г.Ю. Інклюзивна освіта в ДНЗ / Г.Ю.Кравченко, Г.О.Сіліна. – Х.: Ранок, 2014. – 176 с.
6. Миронова С.П. Основи корекційної педагогіки: навчально-методичний посібник / С.П. Миронова, О.В. Гаврилов, М.П. Матвєєва; [за заг. ред. С.П. Миронової]. – Камянець-Подідський: Камянець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2010. – 264 с.
7. Нормативно-правова база Міністерство освіти і науки України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/osvita-osib-z-osoblivimi-potrebami/normativno-pravova-baza.html.
8. Законодавство [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://osvita.ua/legislation/.

УДК 159.922.72:316.61 **Савченко А. В.**

СОЦІАЛЬНЕ САМОВИЗНАЧЕННЯ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ.

Процес самовизначення у підлітковому віці пов'язаний із процесом перебудови особистісних пріоритетів і цінностей. Динаміка цього процесу свідчить про ступень зрілості особистості, рівень розвитку індивіда, самовизначення характеризує ставлення індивіда до соціальної ситуації (професійне самовизначення, релігійне самовизначення, життєве самовизначення та ін.), зумовлює процес усвідомлення свого місця в цьому світі. Він стимулює людину до самореалізації.

Стержньовою характеристикою соціальної зрілості, на думку В.Ф. Сафіна, є її самовизначення. «Самовизначення особистості стосовно до її соціальної активності й громадянської зрілості є відносно самостійним функціонально-процесуальним ядром, що має здатність попереджати реальну поведінку особистості та організовувати її поведінку» [4 с.23].

Ми вважаємо, що слід чітко розрізнювати поняття самовизначення та життєва позиція людини, які зазвичай ототожнюють. Життєва позиція – це спосіб включення особистості в життєдіяльність соціуму; сукупність поглядів, переконань, які мають соціальне значущий зміст, насамперед, професійних вмінь і відповідних дій особистості, які реалізують її ставлення до навколишнього світу. Тобто життєву позицію особистості визначають не будь-які її вчинки або дії, а сукупність типових поведінкових актів, стійка лінія поведінки й діяльності. Так О. Киричук визначає активну життєву позицію як «...систему морального ставлення особистості передусім до природи, частинкою якої вона є; до суспільства в цілому і спільностей, до яких вона належить; до основних видів діяльності, через які й здійснюється внутрішній зв'язок з природою та суспільством» [2, с.15]. Дійсно самовизначення має тісний зв'язок із соціальною позицією особистості, але позиція є лише компонентом самовизначення. Саме зв'язок соціальної позиції підлітка з самовизначенням є для нашого дослідження досить важливим.

Перед кожною людиною на певному етапі становлення постає проблема життєвого вибору, пошуку сенсу свого життя. Соціальне самовизначення, в онтогенетичному плані, є процесом пошуку та усвідомлення людиною її місця у світі та її взаємодія з соціумом. Входження особистості до соціальних і соціально–психологічних зв'язків та взаємодії супроводжується певними ускладненнями, оскільки ця інтеграція має багатоплановий характер. «Під життєвим самовизначенням ми розуміємо розвиток і реалізацію підлітками своїх потенціалів у процесі набуття нею стійкого суспільного становища» – вважають В.Ф. Сафин і Г.П. Ников [4].

П. Кенкман вважає, що «життєве самовизначення підлітків – залучення молодого покоління у всі сфери життя суспільства, яке здійснюється через діяльність самої молоді та реалізується у формуванні соціальних якостей, системи діяльності і відносин, притаманних соціальним групам, до складу яких увійде молоде покоління» [1, с.109]. Також існує думка, що життєве самовизначення є специфічною формою суб'єктивно-об'єктивної взаємодії, за якої особистість є справжнім суб'єктом життєвого процесу, тобто свідомо включається в події, опосередковуючи її творчим ставленням до життя й беручи на себе відповідальність за всі дії та вчинки [1].

Отже, феномен самовизначення здійснюється за умов, коли поведінка особистості визначається не безпосередньо впливом середовища і не відповідно індивідуальними якостями, а, головним чином, прийнятими суб'єктом цілями та завданнями діяльності, стійкими ціннісними орієнтаціями, які особистість захищає навіть у супереч впливу середовища, обставин та соціального оточення. Соціальне самовизначення є визначенням свого становища у світі, що спрямовано не в середину особистості, а назовні. Але саме в процесі самовизначення і кристалізується сама особистість [3].

Література.

1. Кенкман П.О. Управление самоопределением молодежи как социальным детерменированным процессом // Ученые записки Тартусского университета /// П.О. Кенкман – 1989. – Вып. 694. – С.109–110.

2. Михайлов О.В. Формування соціальної зрілості студентів економічного профілю : дис. канд. пед. наук. – Кіровоград, 2000. – 20 с.

3. Пилепенко В.Е. Молодежь Украины: ожидания, ориентации, поведение. / В.Е. Пилепенко – К.: Наукова думка, 1999. – 160 с.

4. Сафин В.Ф., Ников Г.П. Психологический аспект самоопределения // Психологический журнал. / В.Ф. Сафин, Г.П. Ников – 1984. – Т. 5, № 4. – С. 65–73.

УДК 159.923.2

Струтинська О.М.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСОБИСТОСТІ ВЧИТЕЛЯ

Педагогічний професіоналізм, безсумнівно, є одним з ключових чинників ефективного вирішення завдань розвитку особистості кожного суб'єкта освітнього процесу і розвитку самого освітнього закладу. Ще на початку століття П.Ф. Каптерев (1982) зазначив, що «особистість учителя в обстановці навчання займає перше місце, ті чи інші його властивості будуть підвищувати або знижувати виховний вплив навчання». Е.В. Андрієнко (2002) виділяє професійну зрілість вчителя, як провідний чинник розвитку особистості учня, а вдосконалення професіоналізму вчителя - як одну з актуальних проблем сучасної освіти. Розглядаючи проблеми сучасної освіти В.А. Ясвин виділяє ряд проблем професійного усвідомлення педагогів, обумовлених протиріччями між рівнем і глибиною психологічних і педагогічних знань вчителів і шкільної адміністрації, їх професійним світоглядом і компетентністю педагогічних дій. До кола цих проблем входять проблеми узкопредметной професійної установки, суб'єкт-об'єктного відношення до учнів, педагогічної безвідповідальності, приховування педагогічних труднощів, педагогічної пасивності. Ці проблеми лежать в областях педагогічної діяльності, педагогічного спілкування і в області самосвідомості педагогів. Знайти шляхи подолання проблеми означає, в першу чергу, проаналізувати психологічні передумови виникнення цієї проблеми. У нашому випадку актуально розглянути психологічні особливості педагогів сучасних шкіл.

Психологічний портрет будь-якого вчителя, як показує І.О. Зимня (2001), включає наступні структурні компоненти: індивідуальні якості людини, тобто його особливості, як індивіда - темперамент, задатки і т.п .; його особистісні якості, тобто його особливості, як особистості - соціальної сутності людини; комунікативні (інтерактивні) якості; статусно - позиційні особливості, тобто особливості його положення, ролі, відносин в колективі; діяльні (професійно - предметні), зовнішньоповедінкові показники.

Суб'єктність, зокрема суб'єктність педагога - це інтегральна якість особистості професіонала, що відображає його особистісні та психологічні особливості, що виявляється в найбільш високих і значних результатах його діяльності. За В.А. Петровським суб'єктність людини це властивість детермінації його буття в світі. «Бути особистістю ... означає бути суб'єктом діяльності, спілкування, самосвідомості» (В.А. Петровський, 1993).

В.А. Петровський зазначає, що бути особистістю, значить бути суб'єктом власного життя, будувати свої вітальні контакти зі світом. Е.Н. Волкова (1998) розробляючи концепцію суб'єктності педагога і розвиваючи в ній положення В.А. Петровського, показує, що суб'єктність - це особистісне властивість людини, яке розкриває сутність людського способу буття, що полягає в усвідомленому і діяльнісному ставленні до світу і собі в ньому, здатності виробляти взаємообумовлені зміни в світі і в людині. В основі цієї властивості лежить ставлення до себе як до діячеві.

У структурі суб'єкта педагогічної діяльності виділяються перцептивно-рефлексивні і проективні (гностичні, проектувальні, конструктивні, комунікативні та організаторські) здібності. Виділяється ряд педагогічних умінь, які входять в педагогічні здібності, визначають індивідуально-психологічні особливості вчителя і характеризують його, як суб'єкт педагогічної діяльності. Педагог, як суб'єкт педагогічної діяльності творчо і активно перетворює педагогічну ситуацію, навчальні програми. Вільно відбирає і комбінує зміст освіти, методи і форми

навчання приймаючи на себе відповідальність за власний вибір. В основі визначення мети такого вибору знаходиться учень - його здібності, інтереси, потреби. Педагог розуміє і приймає індивідуальні психологічні особливості кожної дитини, які проявляються в процесі навчання, враховує її мотиви і цілі, сприймає учня, як суб'єкта освітнього процесу. Ставлення педагога до дитини, як до суб'єкта освітнього процесу не декларується, а реально відбивається в повсякденній діяльності. Він піддає рефлексії всі аспекти власного педагогічного праці. Приймає індивідуальність та унікальність власного педагогічного стилю. Необхідною умовою вважає власне професійний саморозвиток.

Позиція педагога, як суб'єкта педагогічного спілкування з одного боку обумовлюється, а з іншого боку формує соціальний компонент освітнього середовища (В.А. Ясвин, 2001). Інтегральним показником якості соціального компонента освітнього середовища є переживання емоційного благополуччя усіма суб'єктами освітнього процесу, яке виступає як необхідна умова їх ефективного особистісного розвитку (Л.І. Божович, 1968; В.А. Сухомлінський, 1971; Н.П. Анікєєва, 1989 і ін.). У цьому контексті особливого значення набуває вміння створювати умови психологічної безпеки і реалізації внутрішніх резервів партнера по спілкуванню. Взаєморозуміння і задоволеність взаєминами всіх суб'єктів освітнього процесу забезпечується вміннями педагога зрозуміти позицію іншого і проявити інтерес до його особистості, інтерпретувати і «читати» його внутрішній стан.

Важливою характеристикою соціального компонента освітнього середовища і педагогічного спілкування є авторитетність педагога, як керівника. «Авторитетність керівників набуває особливого значення в умовах, коли система міжособистісних відносин будується на суб'єкт-суб'єктної основі (В.А. Ясвин, 2001). А справжній авторитет народжується тільки в ситуації діяльності педагога, зумовленою його ставленням і до себе, і до учнів, як до рівноправних суб'єктів спілкування.

Несформованість у педагога якостей суб'єкта педагогічного спілкування призводить до проблеми педагогічної безвідповідальності. Відкрите діалогічне спілкування замінюється рядом педагогів маніпулятивним впливом на учнів для швидкого і більш «ефективного» досягнення цілей, визначених учителем. При цьому не завжди враховуються всі наслідки того чи іншого впливу, що чиниться ними в процесі особистісного розвитку школярів.

Самосвідомість людини передбачає розуміння складності і різноманіття свого внутрішнього світу, що відбиваються в Я-концепції індивіда. Складність і ясність Я-концепції забезпечує більшу гнучкість поведінки (Е.Т. Соколова, І.І. Чеснокова, В. В. Столін), а значить, більш широкі можливості пізнання світу, порівняння себе з ним, і, як наслідок, зміна світу і себе. З точки зору вивчення суб'єктності те, що людина про себе знає, є передумовою і необхідною умовою здійснення зміни в собі і світі. Е.Н. Волкова (1998) показує, що важливою характеристикою самосвідомості є «цілісність Я-концепції, обумовлена як узгодженням когнітивного, афективного і поведінкового компонентів самосвідомості, так і адекватністю самооцінок людини і оцінок його іншими людьми».

Здатність до рефлексії (по О.Н. Волкової) як факт усвідомлення того, що відбувається з самим собою входить в структуру суб'єктності педагога і проявляється в самовладанні, самоконтролі в процесі діяльності. Суб'єктність психічного починається з розрізнення людиною в собі деякої внутрішньої інстанції, яка розпоряджається всім потенціалом мислення, почуттів, пам'яті і т.д. Здатність до рефлексії виступає як засіб самопізнання.

Самопізнання відбивається в прийнятті власної унікальності та неповторності. Унікальність проявляється в почутті симпатії до себе, в ставленні до себе як до впевненого, самостійного, надійній людині, якій є за що поважати себе. Вона відображає відчуття цінності власної особистості для себе і, одночасно, передбачувану цінність свого «Я» для інших. Усвідомлення своєї унікальності як педагога, проявляється в умінні утримувати стійку професійну позицію педагога, який розуміє значущість своєї професії, здатного реалізовувати і розвивати свої педагогічні здібності, включаючи як їх перцептивний, так і управлінський компоненти; в умінні опановувати еталонами праці; здійснювати творчий пошук.

Самопізнання є основою для саморозвитку. Воно проявляється в бажанні суб'єкта змінюватися по відношенню до готівкового станом, і готовність сприймати сигнали про свої зміни ззовні. Важливо розуміння людиною того, чи розвивається він сам або йому створюються умови для розвитку, виховують його і керують їм, а так само вміння створювати перспективу свого професійного розвитку.

Таким чином, педагог, як суб'єкт педагогічного спілкування творчо і активно проектує і перетворює психолого-педагогічні ситуації спілкування спрямовані на реалізацію внутрішнього потенціалу учнів. Вільно обирає стилі спілкування і впливу, адекватні ситуацій спілкування, беручи па себе відповідальність за власний вибір. Він постійно піддає рефлексії всі аспекти впливів педагогічного спілкування, аналізуючи вплив, який чинить на дитину і прогнозуючи можливі наслідки такого впливу. Педагог приймає кожного партнера по спілкуванню таким, яким він є і формує прийняття іншого (толерантність) в групі учнів. Кожен член групи сприймається таким педагогом, як рівноправний суб'єкт спілкування, їм створюються умови для розвитку якостей суб'єкта у учнів. Педагог приймає індивідуальність та унікальність власного стилю спілкування. Педагогічне спілкування розуміється їм не тільки як серйозний потенціал розвитку особистості дитини, а й як потенції саморозвитку.

Тож, високопрофесійний, успішний педагог - це педагог, у якого в повній мірі сформовані якості суб'єкта професійної діяльності, спілкування, самосвідомості.

Література

1. Зимняя И. А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании / И.А. Зимняя. – М., 2004. – 381 с.
2. Петровский А.В. Проблема развития личности с позиции социальной психологии/ А.В. Петровский //Вопросы психологии. 1984. № 4. – стр. 23-31
3. Реан А.А. Психология педагогической деятельности. / А.А. Реан. – Ижевск,1994. –435с.
4. Ясвин В.А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию / В. А. Ясвин. – М. : Смысл, 2001. – 365 с.

УДК 159.923.2

Токарєва А. М.

ЖИТТЄСТІЙКІСТЬ В ЗАРУБІЖНИХ ТА ВІТЧИЗНЯНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Соціальні процеси сьогодення вимагають наявність в особистості таких якостей, які необхідні для долання серйозних життєвих випробувань. Саме, це свідчить про важливість такого особистісного mутворення, як життєстійкість. Мінливе сьогодення змушує людину ефективно жити в екстремальних умовах, в умовах нескінченного пошуку своїх завдань, своїх смислів, в пошуку себе, а також різні способи конструктивного та безпечного опанування людиною життєвих труднощів. Крім цього, в сучасному світі потрібні фахівці, як і були не тільки професіоналами, але і психологічно стійкими до складних соціальних умов праці. На сьогоднішній час багато вчених вважають, що саме життєстійкість сприяє утворенню психічно здорової, успішної людини.

Проблема формування життєстійкості досліджувалася прихильниками різних напрямків та наукових шкіл. Соціальний розвиток особистості, процес і механізми впливу навколишнього середовища на становлення особистості знаходилися в центрі наукових пошуків С.Мадді,Д.Кошаба,С.Кобейса,О.Таубман,К.Аллер, Ч.Никс, С.Сіддіга, У.Хасан, Л.Солкова, П.Вільямс, Т.Сміт, Г.Лек, П.Тілліх,Б.Г.Ананьєв,С.Л.Рубінштейн,Д.О.Леонтьєв, Т.О.Ларіна, Е.І.Рассказова, Т.М.Титаренко, Л.А.Александрова,А.Н.Фомінова, та інші. [1,2,5]

Поняття життєстійкості ввели Сьюзен Кобейса і Сальваторе Мадді, знаходиться на перетині теоретичних поглядів екзистенціальної психології та прикладної області психології стресу і співволодіння з ним. Термін «hardiness», введений С. Мадді, С. Кобейса, в перекладі з англійської означає «фортеця, витривалість», Д.О.Леонтьєв запропонував позначати як

«життєстійкість». Автори досліджують зв'язок "hardiness" і психічного здоров'я студентів і роблять висновок, що "hardiness" може відображати загальний знаменник психічного здоров'я людини. Вчення С. Мадді про життєстійкість узгоджується з його теорією особистості, яку він визначає як теорію активації, варіант моделі узгодженості (теорія активації С. Мадді, Д. Фіске). Дана теорія описує узгодженість або неузгодженість між звичним і реально необхідним для даної ситуації рівнями активації або напруги психіки людини.Поняття активації при цьому позначає рівень енергійності, який включає як психологічну, так і нейропсихологічну складову. Дана теорія підкреслює важливість інформації та емоційного досвіду, одержуваного людиною в результаті взаємодії з навколишнім світом. Дослідження С. Мадді та С. Кобейса продемонстрували, що життєстійкість - це особистісна характеристика, яка є загальною мірою психічного здоров'я людини і відображає три життєві установки: залученість, впевненість в можливості контролю над її подіями, а також готовність до ризику.[2,3,5]

Залученість визначається як «переконаність в тому, що залученість в те, що відбувається дає максимальний шанс знайти щось достойне і цікаве для особистості». Людина з розвиненим компонентом залученості отримує задоволення від власної діяльності, в процесі якої він відчуває свою значимість і цінність. Контроль - є переконаність в тому, що особистість впливає на результат того, що відбувається. Протилежність цьому - відчуття власної безпорадності. Людина з сильно розвиненим компонентом контролю відчуває, що сам вибирає власну діяльність, свій шлях. Компонент контролю подібний також з категорією локусу контролю Дж. Роттера, який представляє собою схильність людини приписувати відповідальність за події в житті події і результати своєї діяльності зовнішнім силам (екстернальний, зовнішній локус контролю) або власним здібностям і зусиллям (інтернальність, внутрішній локус контролю). Прийняття ризику (challenge) - переконаність людини в тому, що все те, що з ним трапляється, сприяє його розвитку за рахунок знань, які він отримав з досвіду, - не має значення позитивного або негативного. В основі прийняття ризику лежить ідея розвитку через активне засвоєння знань з досвіду і використовувались наступного разу. Крім цих установок «життєстійкість» включає в себе такі базові цінності, як кооперація, довіру і креативність. Високий рівень життєстійкості сприяє оцінці подій як менш травмуючих і успішному подолання стресу. Більшість зарубіжних дослідників феномена «hardiness» (життєстійкості) розглядають його з точки зору стратегій подолання стресовихситуацій, адаптації-дезадаптації в суспільстві, а також фізичним, психічним і соціальним здоров`ям дорослих людей. [2,3,5]

Однак, до цього часу в психологічній науці немає єдиного бачення сутності цього поняття, оскільки значення його схоже з різними термінами, в різний час вводяться в понятійний апарат психологічної науки і філософії: «життєздатність» (Б.Г.Ананьєв), «мужність творити» (Р.Мей), «вкоріненість у бутті» (М.Хайдеггер), «трансценденція» (С.Л.Рубінштейн), «зрілість» (Б.Г.Ананьєв, С.Л.Рубінштейн, Г.Олпорт). [1]

Якщо розглядати дослідження зарубіжних вчених, то ми можемо простежити такі результати. К. Аллер і Т.Сміт вивчали реакції людей, що проявляють якості життєстійкості при загрозі. Автори в ході емпіричного дослідження дійшли до висновку, що такі люди є більш стійкими, щодо порушень, пов'язаних зі стресом, завдяки своєму адаптивному когнітивного стилю та наявності зниженого рівня фізіологічного збудження. Солкова і Томанек розглядають роль якості "hardiness" у подоланні повсякденного стресу. У своїй роботі вони розглядають можливі напрямки, на яких "hardiness" може виступати буфером проти стресу. Їх дослідження показали, що "hardiness" впливає на ресурси співволодіння через підвищення самоефективності. Люди, які мають високі показники "hardiness", мають більше відчуття компетентності, вищу когнітивну оцінку, розвиненіші стратегії співволодіння і відчувають менше стресів у повсякденному житті. Дослідження Лі було присвячено взаємозв'язку "hardiness" і суб'єктивно-сприйманого рівня здоров'я у дорослих. Вонавиявилося, що ті респонденти, які показали більш високий рівень вираженості рис "hardiness", відчувають себе більш здоровими психічно та соціально, але не фізично. У свою чергу, такі вчені, як Флоріан, Мікулінчер і Таубман стверджують, що високий рівень "hardiness" сприяє збереженню психічного здоров'я в напруженій ситуації. Вони розглядали в цьому контексті роль оцінки та копінг-стратегій,

компоненти "hardiness" (включеність і контроль) виявилися прогностичними щодо психічного здоров'я. Інша точка зору у дослідників С. Мадді та Д. Кошаба. За їх ствердженням особистісна якість "hardiness" розглядається як важливий буфер на шляху переходу стресу у хворобу. У зробленому авторами дослідженні на основі застосування кореляційного і регресійного аналізу виявлено високу роль у підвищенні показників "hardiness" таких факторів, як компенсуючи сімейні стандарти та самосприйняття. Також, якість "hardiness" згідно Евансу та співавторам, є складовою частиною відчуття повноти життя та якості життя. [1,2,3]

У вітчизняній психології в останні роки також піднімається проблема життєстійкості, але необхідно зазначити, що єдиного підходу до опису данного психологічного феномена поки що немає. Д.О.Леонтьєв розглядає феномен життєстійкості в контексті концепції особистісного потенціалу і визначає життєстійкість як інтегративну характеристику особистості, відповідальну за успіх в подоланні особистістю різних життєвих труднощів. З точки зору експериментальних досліджень феномена життєстійкості необхідно звернути увагу на роботи Д.О.Леонтьєва, Е.І.Расказовой. З 2002 року вони проводили роботу по розробці та апробації російськомовної версії тесту життєстійкості С.Мадді. Поряд з виявленням в рамках апробації російськомовної версії тесту рівня його надійності, зовнішньої і внутрішньої валідності, регіональних відмінностей, автори досліджували зв'язок життєстійкості та різних копінг-стратегій переживання стресу, а також депресивності. Були отримані експериментальні дані, які свідчать про негативний зв'язок життєстійкості з такими копінг-стратегіями, як уникнення та пошук соціальної підтримки, а також про позитивний зв'язок з копінг-стратегіями планування і позитивної переоцінки. За результатами дослідження Д.О.Леонтьєв і Е.І.Расказова зробили висновок про те, що кожен структурний компонент життєстійкості забезпечує свій внесок в позитивну переоцінку особистістю того, що сталося та є негативною подією, а разом – забезпечують вибір життєздатної копінг-стратегії. «Життєстійкість в цілому сприяє позитивній переоцінці значення всього, щосталося для особистості, для її подальшого зростання. По всій видимості, цей вид копінг-стратегій (найтісніше пов'язаний з пошуком сенсу) - результат взаємодії всіх трьох компонентів» [4]

Дещо інший підхід у Л.А.Александровой, яка запропонувала трактувати життєстійкість через поняття співволодіння з життєвими труднощами, як «здатність особистості до трансформації несприятливих обставин свого розвитку». Так само, як і Мадді, вона виділяє три компонента життєстійкості, але зміст їх дещо змінюється: особистісні ресурси, які на рівні реалізації забезпечуються стратегіями співволодіння; сенс зумовлює вектор життєстійкості, а отже і життя людини в цілому; гуманістична етика - задає критерій вибору сенсу, шляхи його досягнення і вирішення життєвих завдань. [6]С.В. Кніжнікова розглядала феномен життєстійкості в контексті профілактики суїцидальної поведінки і визначила його як інтегральну особистісну характеристику, засновану на оптимальній смислової регуляції, адекватної самооцінки, розвинених вольових якостях, високому рівнем соціальної компетентності, а також комунікативних здібностях та уміннях. Автором був зроблений висновок про те, що «розвиток компонентів життєстійкості може успішно здійснюватися в системі освіти через широко відомі методи навчання та виховання». [3] Як зазначає А.Н.Фомінова, життєстійкість має змістовну сторону, яка включає: пошук сенсу в даній життєвій ситуації, вироблення цінностей, інтеграцію позицій, усвідомлення інтересів, прояснення відносин; і практичну сторону: спосіб дії, вміння, навички, розвиток ресурсів.[2]

Як у вітчизняних, так і в зарубіжних дослідженнях феномен життєстійкості розширюється, включаючи крім базових установок особистості, особливості когнітивного і поведінкового компонентів. У дослідженнях багатьох авторів виділяється психологічна складова життєстійкості, а саме життєздатна поведінка,особливо: активне подолання кризових ситуацій, мобілізацію сил, орієнтація на збереження і заощадження власного здоров'я. Процес становлення життєстійкості людини, її компонентів пов'язаний з реалізацією можливості розвитку його власного ресурсу в певних умовах взаємодії з соціокультурним середовищем. Всі ці процеси становлять інтерес як для теоретичного аналізу, так і для дослідницької роботи. Життєстійкість особистості розглядається деякими дослідниками, як особистісний ресурс, а

також здатність в життєво важливих ситуаціях скористатися зовнішніми ресурсами. Також, дослідниками був виявлений взаємозв'язок між соціальним інтересом, відчуженням в різних сферах життя (сім'я, робота, інші і «я») і психологічною якістю життєстійкості.

Таким чином, після проведеного аналіз поняття «життєстійкість» ми вважаємо, що даний феномен в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів розглядається як інтегральна психологічна властивість особистості, яка розвивається на основі активної взаємодії з життєвими ситуаціями і є необхідною особистісною характеристикою, а також феномен життєстійкості крім базових характеристик особистості включає когнітивний критерій (осмислення і оцінка ситуації), поведінковий (навички подолання), мотиваційний (мотив діяльності) та емоційний (емоційне реагування в складній ситуації). У подальшому досліджені ми будемо використовувати категорію «життєстійкість» як складне структуроване психологічне утворення, яке визначається як система переконань, що розвивається, та сприяє розвитку готовності управляти ситуацією підвищеної складності. Зміст життєстійкості на нашу думку характеризується екстраверсією, пластичністю, активністю, щирістю, інтернальною локалізацією контролю. У майбутньому ми плануємо розробити тренінгову програму для розвитку та ефективного використання даної якості. Адже, сучасний світ потребує нового підходу до подолання та переживання стресових ситуацій.

Література.

1. Соболева Е.В., Шумакова О.А. Феномен жизнестойкости в зарубежных и отечественных исследованиях // Современные научные исследования и инновации. /// Е.В. Соболева, О.А. Шумакова. – 2014. –№ 5. – Ч. 2 – С. 25-28.
2. Фоминова А.Н. Жизнестойкость личности / А.Н. Фоминова. – М.: МПГУ, 2012. – 300 с.
3. Маннапова К.Р. Життєстійкість в системі поняття життєздатності /Національнийпедагогічнийуніверситетім. Г.С. Сковороди // К.Р.Маннапова – Харків, 2012. – 350 с.
4. Леонтьев Д.А., Рассказова Е.И. Тест жизнестойкости. / Д.А. Леонтьев, Е.И. Рассказова – М.: Смысл, 2006. – 280 с.
5. Ларіна Т.О. Життєстійкість як життєвезавданняособистості / Актуальні проблеми психології: Психологічна герменевтика / За ред. Н.В. Чепелевої. – К.:ДП «Інформаційно-аналітичек агентство», 2007. – Том 2, вип. 5. - с. 131-138
6. Александрова Л. А. Концепции жизнестойкости в психологии /Сб. научн. трудов. Вып. 2 / под ред. М.М.Горбатовой, А.В.Серого, М.С.Яницкого. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2004. С. 82-90

УДК 159.99:373.3 **Чауш К. А.**

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ПОЧАТКОВОЇ ЛАНКИ

Початкова школа – це основа сучасної освітньої системи. Реалізація та спроби покращення та оновлення навчання в початковій ланці змінює весь хід розвитку особистості школяра, класного колективу і навчальної діяльності взагалі.

Як показує аналіз психологічних досліджень, переступаючи поріг школи 95% дітей хочуть вчитися, але стає прикро, коли через декілька місяців навчання дитина вже має проблеми з мотиваційною складовою. Перед учителем постає задача: протягом навчання прищепити учням бажання отримувати знання, впевненість у тому, що вони можуть і вміють вчитися, спрямувати всі зусилля на організацію пошукової діяльності дітей. Але часто саме це стає тим слабким місцем для недостатньо психологічно компетентних вчителів.

На сьогодні психологічні аспекти навчання дітей у початковій ланці школи є достатньо вивченими. Особливості організації навчально-виховного процесі розглядаються дослідниками В. В. Давидовим і Д. Б. Ельконіним, А.М.Матюшкіним, О. Луньковим, Л. С. Виготським та іншими.

В основі теорії *проблемного навчання* (А. М. Матюшкін, Т. В. Кудрявцев, В. Оконь, І. Я. Лернер, Ю. К. Бабанський, М. І. Махмутов та ін.) лежить ідея про формування пізнавальної активності особистості через створення відповідних дидактичних і психологічних умов. Визначальними поняттями цієї теорії, на думку А. М. Матюшкина, є поняття "задача" і "проблемна ситуація". Згідно А.М.Матюшкину, ***проблемна ситуація*** характеризується як активний психічний стан, що виникає у особистості при виконанні завдання в умовах суб'єктивного відкриття "нових знань". Процес проблемного навчання включає два етапи: 1) постановка і засвоєння проблемної ситуації; 2) пошук невідомого в проблемній ситуації – головна ланка в проблемному навчанні. Цей етап здійснюється учнем самостійно або за допомогою педагога, при цьому роль вчителя зводиться до створення умов, які сприяють створенню в учня потреби в пошуку нового знання, що потребує конкретних знань, навичок, вмінь, та високого рівня компетентності та разуміння особливостей психології молодшого школяра [1].

У 30-х роках видатним психологом Л. С. Виготським була висунута відома авторська ідея про можливість побудови системи навчання, що не просто спиралася б на випадкові здібності дитини, а формувала б та розвивала їх. "Навчання повинне тягнути за собою розвиток" – цей вислів яскраво ілюструє головну ідею концепції [2].

Ідея *розвивального навчання* (РН) належить Д. Б. Ельконіну. Наукові фундаментальні психолого-педагогічні дослідження по реалізації цієї ідеї почалися в 60-х роках минулого століття у рамках вітчизняної психологічної школи. Вони здійснювалися в Харківському університеті, Харківському інституті, в Інституті загальної й педагогічної психології АПН під керівництвом відомих учених В. В. Давидова і Д. Б. Ельконіна., в результаті чого психологами, методистами і вчителями (В. Рєпкіним, С. Максименко, О. Дусавицьким, Т. Середою, Ф. Боданським та ін.) була розроблена концепція розвивального навчання [3].

Зміст концепції полягає у наступному: у молодшому шкільному віці через спеціально побудоване навчання (на основі теоретичних знань та теоретичного мислення) у дитини можуть бути сформовані певні здібності щодо особистого самовдосконалення, особистого саморозвитку, самопізнання. Уцьому випадку завдання освітньої системи – сформувати у дитини певні здібності (рефлексію, аналіз, планування) щодо самовдосконалення. А знання виступають засобом для розвитку особистості. Відповідно, мета навчання є розвиток особистості дитини як суб'єкта життєдіяльності, формування здатності здійснювати вибір особистої поведінки у відповідності з індивідуальними потребами, суспільним обов'язком та можливостями їх реалізації.

Головним мотивом навчання тут стає інтерес до пізнання: формуються основи наукового мислення, інтелектуальні та особистісні здібності, яких у дитини раніше не було. Основним психологічним завданням є формування вміння вчитися – здатність ставити та розв'язувати завдання із саморозвитку. Важливо, що освітній простір в цілому виконує функцію розвиткупо відеошенню до будь-якої дитини, не залежно від її інтелектуального рівня [4].

У традиційному підході вчитель є джерелом інформації, способом пояснення нового. В концпції розвивального навчання генеральною задачею вчителя є встановлення пізнавальної задачі для школярів. Учень та вчитель мають між собою стосунки співробітництва – рівні і демократичні, шанобливо та із взаємоповагою ставляться один до одного.

Таким чином, всі вищеописані теорії стали проривом в дослідженні особливостей навчально-виховного процесу молодших школярів, та активно видозмінюються та розвиваються і в наш час.

З точки зору вікової психології, провідною діяльністю дитини у молодшому шкільному віці виступає навчальна. Щодо основних потреб, то вони привносяться з періоду дошкільного дитинства, а саме:

- зберігається потреба у грі, особливість якої в цей період полягає в тому, що дитина може грати саму себе, прагнучи до позиції, що не вдається в реальності (наприклад, роль «хорошого» учня, якщо в дійсності все навпаки);

- зберігається потреба в русі, що часто заважає на уроках; отже, необхідно організовувати у школі відпочинок молодших школярів.
- як одна з провідних зберігається потреба в зовнішніх враженнях, що перетвориться в пізнавальну активність дитини;
- потреба у спілкуванні, безпосередньо пов'язана з навчальною діяльністю.

Разом з цим, новоутворенняя данням данного вікового періоду виступає винекнення потреби в суспільно значущій діяльності, якою і є навчання у школі. Подальшого розвитку набувають довільность дій, самоконтроль, виникнення рефлексії та внутрішньої позиції «Я-школяр».

Щодо особливістей життєвої ситуації молодшого школяра, вона полягає в тому, що дитина з приходом до школи важно примирюється з новим укладом життя, адже тепер доводиться зіштовхуєтися з одноманітністю й необхідністю організовувати своє дозвілля, з'являється жорсткий графік дня. Виникає додаткове стомлення від напруженої розумової діяльності, складаються нові позасімейні відносини - з учителем, та іншими дітьми [5].

Особливістю навчання молодших школярів є необхідність включення в навчальну діяльність ігор (дидактичних, предметних, спортивних та ін.), що не може повністю забезпечити класична форма навчання школярів початкової ланки. Щодо причин низької здатності до навчання, ними можуть виступати темпераменту, характер, працездатність, та причини, пов'язані з особливостями середовища, в якому дитина розвивалася та росла [6].

Серед причин шкільної неуспішності А. Леонтьєв, О. Лурія та А. Смирнов виділили об'єктивні (непосильний обсяг знань, недосконалість методів навчання тощо) та суб'єктивні, обумовлені індивідуальними особливостями учнів. Серед невстигаючих дітей автори виділили такі групи:

1. Педагогічно запущені діти - це діти, з якими мало займаються. У них не сформовані мотиви навчання. Немає навичок і вмінь учитись.

2. Розумово відсталі діти - це діти, які в дитячому або ранньому дитячому віці перенесли яке-небудь захворювання, що зупинило нормальний розвиток мозку. Такі діти здатні засвоювати елементарні навчальні знання й навички, але зовсім не здатні до узагальнення й абстрагування.

3. Ослаблені діти (церебро-астенічного типу). Головна проблема таких людей - слабка нервова система й обумовлена нею низька працездатність.

Серед причин неуспішності дітей у школі М. Мурачковський виділяє додатково: несформовані відносини дитини з учителем і неуспіх (наприклад, негативна оцінка), що породжує страх невдачі [7].

У період навчання в початковій школі відбувається подальше становлення та зміцнення характеру дитини. Формування якостей характеру пов'язано з подоланням труднощів у предметній діяльності та спілкуванні. При виборі виду діяльності для дитини необхідно поступово переходити від просто цікавої до менш цікавої, але більш вартої діяльності; ступінь труднощів при цьому повинен зростати. Спочатку діяльність пропонують дорослі, а потім дитина сама повинна переходити до вільного вибору.

Для зміцнення характеру дитини у спілкуванні можна включати її в сюжетно-рольові ігри, де вона повинна буде пристосовуватись до індивідуальних особливостей інших дітей. Краще, якщо як партнери по спілкуванню будуть виступати діти, які істотно відрізняються один від одного, тому що це вимагає різної міжособистісної поведінки. Крім того, необхідне ускладнення задач, які розв'язуються при взаємодії з іншими дітьми [8].

Дуже важливо, щоб у цьому віці діти брали участь у домашній праці, де вони одержують необхідні вміння й навички для майбутнього життя (догляд за помешканням і тваринами, навички самообслуговування й ін.).

Одже, існує цілий ряд дослідницьких робот пов’язаних із цією темою, які є актуальними та цікавими і в наші дні. У складний період молодшого шкільного віку йде активне формування внутрішньої позиції та ставлення до себе. Варто зауважити, що основними труднощами для дітей молодшого шкільного віку є режим, нові відносини та вимоги. Уявлення про себе

формується у процесі шкільної діяльності самої дитини та її спілкування з іншими людьми. Молодший школяр уже цілком знаходиться у стадії переходу до нових видів діяльності. У цей віковий відбуваються одночасно декілька складних психологічних процесів та видозмінень, що варто враховувати при організації навчально-виховного процесу. Саме ці аспекти і стануть предметом для нашого майбутнього дослідження.

Література.

1. Матюшкин А. М. Проблемные ситуации в мышлении и обучении. / А.М. Матюшкин – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 392 с.
2. Выготский, Л.С. Возрастная и педагогическая психология / Л.С. Выготский. - М.: Академия, 1998. - 325 с.
3. Эльконин Д.Б. Психологические вопросы формирования учебной деятельности в младшем школьном возрасте. // Вопросы обучения и воспитания. / Д.Б. Эльконин – К.,1961 – 240 с.
4. Урок в системе развивающего образования (Особенности организации групповой работы). Вып. 3-й. – Сост.: Кондратюк Е. М., Толмачева И. Н., Шилкунова З. И. – Под ред. А.К. Дусавицкого. – Харьков, 2002. – 180 с.
5. Цукерман Г.А. Виды общения в обучении. / Г.А. Цукерман – Томск: Пеленг, 1993. – 265 с.
6. Кириленко Г.А. Психологічна характеристика причин неуспішності молодших школярів. / Г.А. Кириленко. – К., 1992 – 212 с.
7. Мурачковский, Н.И. Типы неуспеваемости школьников / Н.И. Мурачковский. - М.: Советская педагогика, 1965. - №7. - С.23.
8. Дусавицкий А.К. Развитие личности в учебной деятельности. / А.К. Дусавицкий – М.: Дом педагогики, 1996. – 330 с.
9. Зимняя И.А. Педагогическая психология / И.А. Зимняя. – М.: Логос, 1999. – 218 с.
10. Ищеева-Филатова, М.М. Психологические факторы повышения эффективности обучения и воспитания учащихся /М.М. Ищеева-Филатова. - Нальчик: Эльбрус, 2007. - 432 с.

УДК 373.5.015.31:331.548

Чемет О. В.

ПЕРВИННЕ ПРОФЕСІЙНЕ САМОВИЗНАЧЕННЯ СТАРШОКЛАСНИКІВ В СТРУКТУРІ «Я-КОНЦЕПЦІЇ»

Старший шкільний вік – період ранньої юності, вік від 15-16 – по 18-19 років. Юність, за визначенням І.С.Кона – «третій світ», існуючий між дитинством та дорослістю [2, 232]. З точки зору біології - це період завершення фізичного розвитку. З огляду соціального середовища, цей процес є одночасно й соціальним символом, знаком дорослішання, на яке звертають увагу та пристально спостерігають інші: дорослі та однолітки. Для ранньої юності характерна спрямованість в майбутнє. Виходячи з цього, старшокласник повинен не тільки усвідомлювати собі своє майбутнє в загальних рисах, але й усвідомлювати способи досягнення поставлених життєвих цілей.

Існує багато загальних теорій психології розвитку юнацького віку. Так, згідно біологічної моделі розвитку Гезелла та Холла, відбувається чередування циклів оновлення, інтеграції та рівноваги [1 , 34]. Юнацький вік, по Гезеллу, продовжується від 11 до 21 року. В 16 років наступає рівновага: неспокійливість поступається життєрадісності, значно збільшується внутрішня самостійність, емоційна врівновага, спрямованість в майбутнє.

Важливий вклад в розуміння юнацької психології внес Курт Левін. На його думку, важливими процесами юнацького віку є розширення життєвого світу особистості, кола її спілкування, групової приналежності та типу людей, на яких вона орієнтується [1, 36]. Єдність та взаємодія всіх особистісних та середовищних компонентів К.Левін називає життєвим та психологічним простором.

Розвиток людини, по Е.Еріксону, складається з трьох взаємозв'язаних, хоча і автономних процесів: соматичного розвитку, який вивчається біологією, розвитку усвідомленого «Я», який

вивчає психологія, та соціального розвитку, що вивчають суспільні науки [1 , 38]. Базовою основою розвитку людини є «епігенетичний принцип», згідно якому на кожному новому етапі розвитку виникають нові явища та властивості, яких не було на попередніх стадіях процесу. За Е.Еріксоном, юнацтво характеризується появою почуття своєї неповторності, індивідуальності, несхожості на інших, в негативному ж варіанті виникає дифузне, розпливчате «Я», рольова та особистісна невизначеність. Типова риса цієї фази розвитку – «рольовий мораторій»: діапазон виконаних ролей розширюється, але юнак не засвоює ці ролі серйозно та остаточно, а як би випробовує, приміряє їх до себе. Роботи Е.Еріксона містять багато спостережень щодо розвитку емоцій та самоусвідомлення в юнацтві, а також типові для цього віку психопатології (розлад часової перспективи, криза ідентичності та ін.).

Багато уваги юнацькому віку приділяли вітчизняні психологи. Так, ідеї Л.С.Виготського сильно вплинули не тільки на загальну психологію, але й на вікову (Л.І.Божович, В.В.Давидов, А.М.Леонтоєв, А.В.Петровський, Д.Б.Ельконін та ін.). В психологічних періодизаціях Д.Б.Ельконіна та А.М.Леонтьєва провідною діяльністю в юнацтві визнається учбово-професійна діяльність, завдяки якій у старшокласників формуються певні пізнавальні та професійні інтереси, елементи дослідницьких вмінь, здатність будувати життєві плани та виробляти моральні ідеали, самоусвідомлення.

Л.І.Божович головну увагу приділяє розвитку мотиваційної сфери юнаків: визначення свого міста в житті, формування світогляду та його вплив на пізнавальну діяльність, самоусвідомлення та моральне усвідомлення [1, 44]. Вирішальне значення надається динаміці «внутрішньої позиції» особистості, яка формується. «Внутрішня позиція» складається з того, як дитина на основі свого попереднього досвіду, своїх можливостей, своїх раніше виниклих потреб та прагнень ставиться до того суб'єктивного положення, яке вона займає в житті в цей час та яке положення вона хоче займати.

Головним психологічним надбанням ранньої юності є відкриття свого внутрішнього світу. Це, з одного боку, радісна та хвилююча подія, а з другого – викликає багато тривожних, драматичних переживань [1, 85]. Внутрішнє «Я» не співпадає з «зовнішнім» поведінкою, актуалізуючи проблему самоконтролю. Разом із усвідомленням своєї унікальності, неповторності, несхожості на інших, приходить почуття одинацтва. Юнацьке «Я» ще невизначене, розпливчате, воно іноді відчувається як смутна неспокійність або відчуття внутрішньої пустоти, яку необхідно чимось заповнити. Звідки росте потреба в спілкуванні та одночасно підвищується його вибірковість, потреба побути на самоті.

У юнаків з віком значно прискорюється суб'єктивна скорість ходу часу. Часовий горизонт розширюється як вглиб, охоплюючи віддалені минуле та майбутнє, так і вшир, включаючи вже не тільки особисті, але й соціальні перспективи. Часова перспектива надзвичайно значна для розуміння вікової динаміки рефлексивного «Я». Питання «ХтоЯ?» має на увазі оцінку не тільки та не стільки наявних рис, скільки перспектив та можливостей: ким я стану, що трапиться зі мною в майбутньому, як та навіщо мені жити? Має місце розвиток саморефлексії, зростання інтересу до самоаналізу.

Важливим етапом розвитку юнаків – є утворення цілісної системи – «Я-концепції». Самооцінка старшокласників становиться відносно стійкою, високою, порівняно безконфліктною, адекватною. Вони, у порівнянні з підлітками, відрізняються оптимістичним поглядом на себе, свої можливості. Важливий елемент самоусвідомлення – самоповага. Це задоволеність собою, почуття власної гідності, позитивне відношення до себе, узгодженість свого наявного та ідеального «Я».

Центральний психологічний процес – це формування особистої ідентичності, почуття індивідуальної самототожності, спадкоємності та єдності. Дослідження ідентичності відображені в працях таких психологів, як Дж. Марсіа, А. Ватерман, Е. Еріксон, Е. Гоффман, Л. Краппман, Дж. Тернер, Р. В. Столін та ін. В працях дослідників можна спостерігати появу ідентичності різного роду: ядерної, полової, рольової, особистісної, професійної, усвідомленої, неусвідомленої, тендерної, соціальної та ін. Найбільш детальний аналіз цього процесу викладено в працях Е.Еріксона.

Згідно з концепцією Еріксона, ідентичність – це процес самовизначення; є довгим та складним [2, 235]. Юнацький вік будується навколо кризи ідентичності, яка складається із серій соціальних та індивідуально-особистісних виборів, ідентифікацій та самовизначень. Ідентичність означає образ себе, який засвоєний та особистісно приймається у всьому багатстві відносин особистості до оточуючого світу, почуття адекватності та стабільного володіння особистістю власним «Я» незалежно від змін «Я» та ситуації; здатність особистості повноцінно вирішувати завдання, які виникають перед нею на кожному етапі її розвитку [3, 12].

Самовизначення, як професійне, так і особистісне, є центральним новоутворенням ранньої юності. Це нова внутрішня позиція, яка включає усвідомлення себе як члена суспільства, прийняття свого міста в ньому. В основі процесу самовизначення лежить вибір майбутньої сфери діяльності. Однак професійне самовизначення пов'язано з задачами соціального та особистісного самовизначення, з пошуком відповіді на питання ким бути? Та яким бути?, з визначенням життєвих перспектив, з проектування майбутнього.

Отже, феномен первинного професійного самовизначення старшокласників як умова успішного навчання недостатньо вивчений в психологічній науці, що й обумовило вибір теми нашого подальшого вивчення.

Література.

1. Кон І.С. Психологія ранньої юності: Книга для вчителя. / І.С. Кон – М.: Просвіта, 1989.- 255 с.
2. Швалб Ю.М., Муханова І.Ф. Вікова психологія: Навч. підручник для студентів та практичних психологів. / Ю.М. Швалб, І.Ф. Муханова – Донецьк: Норд-Пресс. 2005. – 304 с.
3. Еріксон Е. Ідентичність: юність та криза. / Е. Еріксон – М., 1996. – 634 с.

УДК 159.99

Яковенко І. О.

ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ ФОТОГРАФІЇ ЯК МЕТОДУ ЗМІНЕННЯ СТРУКТУРИ САМОСТАВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ.

Проблема самоставлення та його участь в структурі особистості сьогодні є досить актуальним для психології питанням. Розвиток і саморозвиток особистості, психологи правомірно пов'язують з розвитком самоставлення. При цьому передбачається, що одним з головних умов саморозвитку особистості є стимулюючий вплив на різні види рефлексії, допомога в розвитку самоповаги, самоприйняття, відчуття свого тіла та интеграція з ним, формування позитивної самоцінності, почуття впевненості в собі як у суб'єкті діяльності. Позитивне самоставлення свідчить про високий рівень самосвідомості особистості. Самоставлення має регулюючий вплив на велику кількість аспектів поведінки, відіграючи значну участь у встановленні і підтримці міжособистісних взаємин, у постановці та досягненні своєї мети, у характерних методах врегулювання кризових ситуацій.

Перетворення, що відбуваються в соціальному просторі, негативно впливають на характер родинного та суспільного виховання сучасної людини. Сьогодні воно базується на прагматичних потребах, діловому спілкуванні та інтенсивній інтелектуалізації, і зовсім мало уваги приділяє розвитку внутрішнього світу особистості, який є джерелом переживань та важливою складовою психологічної своєрідності людини. Таке стихійне пізнання особистістю себе, власних переживань та здібностей призводить до ускладнення становлення самоставлення, що впливає на її соціальну активність, життєву позицію та ціннісні-орієнтації. Тож питання самоставлення є актуальним для сьогодення.

Нами було проведено психологічне дослідження самоставлення особистості на першому етапі, констатуючому експерименті, прийняло участь 50 респондентів. Кожен з учасників пройшов ряд тестувань. Комплекс включав в себе три тестування, це: тест-опитувальник Будассі С.А який дозволяє провести дослідження самооцінки особистості. Другим етапом був формуючий експеримент, метою якого було виявлення ефективності використання психотерапевтичного методу фотографії, який виступає умовою змінень в структурі

самоставлення особистості, а саме впливає на формування позитивного самоставлення та корегує я образ.

У даній методиці дослідження рівня самооцінки і адекватність визначаються як співвідношення між "Я ідеальним" і "Я реальним". Спираючись на результати аналізу відповідей з цієї методики, ми обрали групу, яка у подальшому і прийме участь у формуючому експерименті. Це респонденти, у яких є явна невідповідність або розбіжність уявлень про те, якими вони хочуть бути, і тим, якими вони є в реальності. Люди з заниженою самооцінкою, як правило, недооцінюють себе і свої можливості, ставлять перед собою низькі цілі, хоча, можуть досягти більшого, схильні до перебільшення невдач.

Наступною запропонованою методикою був тест-опитувальник самоставлення особистості В. В. Століна та С. Р. Пантелєєва.

Впродовж життя людина пізнає себе і накопичує про себе знання, які становлять змістовну частину уявлень про себе. Однак знання про себе самого, природно, небайдужі. Те, що в них розкривається, виявляється об'єктом емоцій, оцінок, стає предметом його більш-менш стійкого самоставлення.

В основу опитувальника покладено уявлення про самоставлення як про переживання, відносно стійкому почутті «за» або «проти» себе, основою якого стає потреба в самоактуалізації. Тут власне «Я», власні риси і якості оцінюються в ставленні до мотивів, що виражає потребу в самореалізації. Згідно з концепцією авторів методики, самоставлення представляє собою складно-структурне ієрархічне утворення. Опитувальник дозволяє виявити три рівні самоставлення, що відрізняються за ступенем узагальненості:

1) глобальне самоставлення, під яким розуміється внутрішньо недиференційоване почуття «за» і «проти» самого себе;

2) самоставлення, диференційоване на самоповагу, аутсімпатію, самоінтерес і очікуванні ставлення до себе;

3) рівень конкретних дій (готовності до них) у відношенні до свого "Я".

Кожен рівень самоставлення представлений в опитувальнику певною кількістю шкал, яким відповідають різні його пункти.

В ході життя людина пізнає себе і накопичує про себе знання, ці знання становлять змістовну частину його уявлень про себе. Однак знання про себе самого, природно, йому небайдужі. Те, що в них розкривається, виявляється об'єктом його емоцій, оцінок, стає предметом його більш-менш стійкого самоставлення.

Методика призначена для виявлення структури самоставлення особистості, а також враженості окремих компонентів самоставлення: закритості, самовпевненості, саморуководства, відбитого самоставлення, самоцінності, самоприв'язаність, внутрішньої конфліктності та самозвинувачення.

Основою розуміння самоставлення є концепція самосвідомості В.В. Столина, який виділяв три виміри самоставлення: симпатію, повагу, близькість.

Третьою, було проведено «методику двадцяти тверджень» або «хто я» М.Куна і Т.Макпартленда. Вона дає змогу дослідити установки індивіда направлені на себе, виявлення змістових характеристик ідентичності індивіду, образу «я». Методика має 4 шкали. Вони розподіляються по 5 слів у кожній: перші 5слів то характеристика соціального я (Соціальне я містить характеристики, пов'язані з соціальним статусом, груповою приналежністю, наприклад студент, член сім'ї.);

З 6 по 10 слово це реальне я (якою людина собі здається насправді, яким вона бачить себе в даний момент);

З 11 по 15 слово це дзеркальне я (містить уявлення індивіда про те, що думають про нього інші люди);

Та з 16 по 20 це ідеальне я (це ряд уявлень людини, які містять бажані характеристики ідеального образу себе).

Література.

1. Аболін Л. М. Психологічні механізми емоційної стійкості людини. / Л.М. Аболін. – Казань, 1987. – 262 с.
2. Абульханова К.А. Психологія свідомості особистості (Проблеми методології, теорії та дослідження реальної особистості)./ К. А. Абульханова – М., 1999. – 224 с.
3. Аксьонова Н.М. Особистісні характеристики его-ідентичності як чинник професійного самовизначення студентів у вузі: Автореф.дис. Канд. Психол. Наук. / Н.М. Аксьонова – Іркутськ, 2004. – 18 с
4. Андреєва О.Н. Суперечності в самоотношении і проблемні переживання в підлітковому віці: Дис. Канд. Психол. Наук. / О.Н. Андреєва. – Спб., 2003. – 200 с.
5. Белугина Є.В. Ставлення до свого зовнішнього вигляду в період середини життя: автореф. Дис. ... Канд. Псих. Наук / О.В. Белугина; РГІ. – Ростов-на-Дону, 2003 – 22 с.
6. Бернс Р. Розвиток Я-концепції і виховання / Р. Бернс. – М .: Прогрес, 1986. – 399с.
7. Бодалев А.А., Столін В.В., Аванесов В.С. Загальна психодіагностика / А.А. Бодалев, В.В. Столін, В.С. Аванесов. - спб .: Изд-во «Річ», 2000. – 440 с.
8. Божовіч, Л. І. Проблеми формування особистості. / Л.І. Божовіч. – Воронеж: 2004. – 250 с.
9. Божович Л.І. Вибрані психологічні праці: Проблеми формування особистості / Під. Ред. Д. І. Фельдштейна. М., 1995. – 209 с
10. Болотова А.К. Розвиток самосвідомості особистості: тимчасової аспект // Питання психології. /// А.К. Болотова. – 2006. - № 2. – С. 116-125.
11. Бородіна Л.В. Мотивація саморозкриття особистості в юнацькому віці. дис. канд. псих. наук. / Л.В. Бородіна – Р-н-Д, 2001. – 172 с.

УДК 159.99:316.36 **Лютая Н. О.**

БАТЬКІВСТВО ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГЧНИЙ ФЕНОМЕН

Вивчення соціально-психологічних аспектів сім’ї є пріоритетною темою психологічного дослідження. Ключовим феноменом наукового визначення виступає феномен батьківства.

Батьківство представляє собою інтегральне соціально-психологічне утворення особистості, яке включає в себе сукупність ціннісних батьківських орієнтацій і почуттів, установок і очікувань, стосунків і позицій, батьківської відповідальності і стилю виховного впливу на дитину. Кожен з компонентів батьківства, в свою чергу, включає в себе когнітивну, поведінкову та емоційну складову.

Більш детальний розгляд складових батьківства як інтегрального утворення показує, що когнітивний компонент по суті – це усвідомлення батьками родинного зв'язку з дітьми, уявлення про себе як про батька/матір, наявність ідеального уявлення щодо соціальної позиції «батько»/«матір», образ чоловіка (дружини) як батька (матері) спільної дитини, розуміння батьківських функцій, образ дитини. В свою чергу, емоційний компонент батьківства представляє собою суб'єктивне відчуття індивіда як батька, батьківські почуття, ставлення до дитини, відношення до себе як до батька/матері дитини, ставлення до чоловіка як до батька спільної дитини.

Поведінковий компонент батьківства складається з вмінь, навичок та дій батьків, спрямованих на догляд, матеріальне забезпечення, виховання та навчання дитини; взаємини з чоловіком (дружиною) як з батьком (матір’ю) спільної дитини; стиль сімейного виховання [1].

Розвинена форма батьківства, на думку Овчарової Р.В., має такі складові: ціннісні орієнтації подружжя, батьківські установки та очікування, батьківське відношення батьківські почуття, батьківські позиції, батьківська відповідальність, стиль сімейного виховання.

Ціннісні орієнтації подружжя є відображенням в їх свідомості цінностей, визнаних ними в якості стратегічних життєвих цілей і загальних світоглядних орієнтирів. Цінності, яких дотримуються батьки, впливають на формування структури ієрархії цінностей у їхніх дітей, так як дитина неодмінно ідентифікує себе з дорослим. Наявність ціннісні орієнтації родини роблять її міцніше. Вони є основою перспективи розвитку сім’ї та могутнім чинником інтеграції.

Батьківські установки представлені певною думкою подружжя з приводу батьківської ролі. Батьківські установки мають кореляції з батьківськими очікуваннями. Коли йдеться про взаємні установки та очікування подружжя по відношенню один до одного, мова йде про розподіл ролей. Під установками і очікуваннями по відношенню до своєї дитини зазвичай розуміються явища, реалізовані в стилі виховання та батьківське відношення в цілому.

Батьківське ставлення – це складне утворення, яке складається з міжособистісної дистанції, інтегрального прийняття або відкидання дитини, соціальної бажаності поведінки і форми і напрямку контролю.

Батьківські почуття як складова розвиненої форми батьківства – це найвища форма емоційних взаємин подружжя і їх відношення до дітей. Для неї характерна відносна стійкість, узагальненість, співвідношення до потреб і цінностей. Батьківські почуття можуть бути різної модальності: крім батьківської любові, дитина може відчувати на собі також і почуття втоми, роздратованості батьків і т.п. Їх особливістю є те, що вони необхідні для підтримки самого життя дитини, а потреба в батьківській любові є життєво важливою для маленької дитини, що очікує від батьків довіри та безумовного прийняття.

Батьківські позиції – це реальна спрямованість, основою якої є свідома або несвідома оцінка дитини з боку батьків, що виражається у способах і формах взаємодії з дітьми. Однією з найбільш частих батьківських позицій є позиція «над», «зверху», тоді як, за словами А.С. Співаковської, найкращим варіантом було б рівність позицій [2].

Батьківська відповідальність – це специфічна соціальна позиція суб'єкта, яка може бути описана мірою прийняття і реалізації ним деяких норм відповідальної поведінки. Член сім'ї може нести відповідальність за інших членів сім'ї та за сім’ю в цілому як соціальну групу.

Стиль сімейного виховання – це деяка квінтесенція всіх компонентів батьківства, перерахованих вище. Характер поведінки дитини, перш за все, залежить від батьківського стилю виховання. Батьки є моделями поведінки, надають вплив на розвиток емоційної сфери дитини і всієї особистості в цілому. Стиль виховання виступає реалізатором системи санкцій, існуючої в сім'ї, її норм і цінностей.

Останнім часом з'явився ряд науково-психологічних робіт, присвячених готовності до свідомого материнства, батьківства і, в цілому, до батьківства.

С.Ю. Мещерякова вважає, що готовність до материнства є особливим особистісним утворенням, основою якого виступає суб'єкт-об'єктна орієнтація батьків у відношенні ще не народженої дитини. Автор вважає, що це ставлення перетворюється в реальну поведінку матері після народження дитини і виділяє його ефективність.

За результатами дослідження автором були виокремлені три рівня психологічної готовності до материнства:

Низький рівень готовності до материнства виявляється в тому, що жінки помічають наявність коливань в ухваленні рішення мати дитину, наявність негативних відчуттів і переживань в період вагітності. Матері стисло і формально відповідають на питання, що стосуються їхнього ставлення до ненародженої дитині (багато хто не переживають почуття спільності з дитиною, не вигадують ім'я, не уявляють собі малюка). Ці жінки переважно орієнтуються на дотримання жорсткого режиму, вони є прихильниками «суворого» виховання. Такі жінки частіше вказують на відсутність в дитинстві прихильності до матері і суворе ставлення до них власних батьків, виявляють несхильність грати з ляльками. В цілому, вони віддають перевагу дітям старше трьох років.

Середній рівень готовності констатується у жінок, які виявляють протидію установкам на виховання (вони не збираються часто брати дитину на руки, не є прихильницями годування по годинах і т.д.). Половина жінок з цієї групи зазначає відсутність зв’язку з матір’ю, їх ранній комунікативний досвід був неоднозначним. Третина групи віддає перевагу іграм в «дочки-матері», половина респондентів відзначає, що любить дітей до року.

Жінки з високим рівнем готовності до материнства не відчувають коливань в ухваленні рішення мати дитину, радіють, дізнавшись про вагітність. Вони відзначають переважання позитивних відчуттів і переживань в період вагітності, охоче і розгорнуто відповідають на

питання, що стосуються їхнього ставлення до своєї дитини (розмовляють з ним, прислухаються до ворушіння, реагують на нього будь-якими діями). Такі жінки орієнтовані на дотримання м'якого режиму (годування за потребою дитини, частіше перебування її на руках). Всі вони мають сприятливий комунікативний досвід з власного дитинства: прихильність до матері, відзначають ласкаве відношення до них батьків, любов до гри з ляльками. Кожна з досліджуваних відзначає, що любить дітей.

Виокремлені три рівні психологічної готовності до материнства відповідають різним типам материнської поведінки [3].

Отже, психологія батьківства – одна з найбільш цікавих і, в той же час, найменш досліджених галузей психології батьківства. Ю.В. Борисенко вказує, що «батьківство» можна визначити, як категорію психології особистості, яка відображає основні етапи розвитку особистості, що характеризує комплекс інтегральних, соціальних і індивідуальних характеристик особистості, що виявляються на всіх рівнях життєдіяльності індивіда: емоційно-аксеологічному, когнітивному і операціональному. Воно включає в себе оцінний компонент і необхідність виконання наступних функцій: *захисної*, як годувальник і захисник; *презентативної*, як персоніфікація влади, вихователь і вищий дисциплінізатор; *ментальної*, як приклад для наслідування; *соціалізуючої,* як наставник у поза сімейній громадській діяльності і відношеннях, транслятор соціальних норм, фігура, яка забезпечує зв'язок поколінь.

Психологічна готовність до батьківства, на думку В.М. Вязовченко, визначається сформованістю всіх аспектів особистості, які передбачають виконання покладених обов'язків і прийнятих зобов'язань; уявлень про батьківство, тобто знань функцій батька в сім'ї та його ролі у вихованні дитини; оцінки особистої готовності стати батьком, готовності прийняти на себе відповідальність за життя і благополуччя іншої людини, дитини [4].

Здійснений нами теоретичний аналіз проблеми дозволяє зробити висновок, що у вітчизняній науці сформувався соціально-психологічний підхід розуміння феномену «батьківства», що базується на вивченні материнства та батьківства як інтегральних психологічних утвореннях особистості, що включають у себе специфічні батьківські ролі та нормативні постанови культури. А прикладні аспекти феномену батьківства є предметом наших подальших досліджень.

Література.

1. Овчарова Р.В. Родительство как психологический феномен: учеб. Пособие / Р.В.Овчарова. М.: МПСИ, 2006. – 320 с.
2. Спиваковская А.С. Психотерапия: игра, детство, семья / А.С. Спиваковская. Т. 2. М.: ООО Апрель Пресс, ЗАО Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 190 с.
3. Мещерякова С.Ю. Психологическая готовность к материнству / С.Ю. Мещерякова // Вопросы психологии. 2000. № 5. С. 18-27.
4. Борисенко Ю.В. Психология отцовства / Ю.В. Борисенко. Москва-Обнинск: ИГ-СОЦИН, 2007. – 410 с.

УДК 159.923.2

Пархоменко І. А.

ОСОБИСТІСНА ГОТОВНІСТЬ СУБ'ЄКТА ДО ЗМІН У ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ

На сьогоднішній день Україна перебуває в умовах значної соціально-економічної перебудови усіх систем суспільних відносин. Не оминула реформа і вищі навчальні заклади, де впроваджуються нові напрями роботи, форми і методи навчання тощо. У результаті такого динамічного процесу модернізації освіти, актуальним постає питання психологічної готовності суб'єктів освітнього простору до таких змін. Адже за для забезпечення ефективності навчального процесу в умовах нестабільної освітньої системи суб'єкти мусять бути готовими діяти відповідно до вимог і потреб сучасності, що постійно змінюються. Отже, зрозумілим є той факт, що несформована психологічна готовність учасників освітнього процесу до змін

негативно позначається як на якості освіти, так і на діяльності вищого навчального закладу в цілому, а також сприяє виникненню бар'єрів між суб'єктами освітнього простору або загрожує виникненням конфліктних і стресових ситуацій тощо.

Слід зазначити, що проблема психологічної готовності вже неодноразово стає предметом наукових досліджень, однак, ці дослідження спрямовано на вивчення лише її окремих аспектів. А саме, досліджувалась проблема готовності особистості до таких видів діяльності, як: готовність вчителя до реалізації гуманістичних взаємин з учнями (В.А. Семиченко); формування в учнів готовності до праці (В.В. Серіков). У контексті педагогічної науки готовність до інноваційної діяльності досліджували О. Г. Козлова, Н. І. Клокар, Л. М. Машкіна. Вагомий внесок у розробку проблеми готовності до педагогічної діяльності внесли О. Абдулліна, Л. Кондрашова, Г. Костюк, Н. Кузьміна, О. Мороз, В. Сластьонін, А. Щербаков. Проблема психологічної готовності педагогічних працівників у контексті забезпечення управлінської діяльності у системі освіти викладена у працях О.І. Бондарчук, В.І. Бондаря, Л.М. Карамушки, Н.Л. Коломінського, А.Ф. Ліненко, О.А. Філь та інших. Проблемою педагогічної взаємодіїї були зацікавленні як сучасні українські вчені О.В. Глузман, О.М. Друганова, С.Т. Золотухіна, М.Б. Євтух, В.С. Курило, О.М. Микитюк, С.О. Микитюк, В.К. Майбородова, так і низка закордонних дослідників (Р. Селман, О. Стауфорд, М. Фландерс, М. Хаузен), які розглядають взаємодію, або інтеракцію, у навчанні, виходячи з положень гуманістичної й когнітивної психології.

Емпіричні дослідження І.В. Бринзи демонструють що, готовність до змін є складним комплексним конструктом, який виникає на певному етапі психологічного процесу усвідомлення необхідності змін. Тому, можна стверджувати, що готовність до змін − це категорія суб'єктивної психологічної реальності, яка є активізатором ресурсної, мотиваційної та енергетичної сфер психіки. Готовність до змін є, з одного боку, наслідком або результатом орієнтовно-пошукової вольової поведінки − поведінки, що веде до накопичення ресурсів, розширення мотиваційної структури, енергетичного багатства і не завжди сприятливому через свою обмеженість бажаних змін. З іншого боку, є поштовхом або причиною усвідомлення і поведінки, що ведуть до ефективних змін в суб'єктивній та об'єктивній реальностях особистості, тобто до звершень, досягнень, нововведень, розвитку, свободи, збагачення тощо. Відтак, саме несформована психологічна готовність (її відсутність) зумовлює неефективну пошукову поведінку особистості, викликає внутрішні опори змінам, видає помилкові стратегії та поведінкові паттерни. І навпаки, сформована або активна готовність розширює поведінкові паттерни, спектр прийнятих рішень, шляхів досягнення мети, збагачує мотиваційну сферу особистості [1].

До слова, опір суб'єктів освітнього простору майбутнім змінам є не менш важливою та складною проблемою, пов'язаною з процесом перетворень у сфері освіти. Тому проблематика опору змінам розглядалась багатьма вітчизняними та зарубіжними дослідниками, такими як І. Ансофф, О. Віханський, М. Деванна, Л. Карамушка, Дж. Коттер, А. Куликов, К. Левін, А. Наумов, А. Пригожин, Х. Рамперсад, Н. Тічі, С. Фролов, Й. Хейнтце, Д. Щербакова та інші.

В.О. Сластьонін і свою чергу, у складі професійної готовності виділяє, з одного боку, психологічну, психофізіологічну та фізичну готовність (профпридатність), а з іншого – науково-теоретичну та практичну готовність. Під теоретичною готовністю слід розуміти систему знань, необхідних для здійснення діяльності, а під практичною готовністю – наявність аналітичних, прогностичних, проективних та рефлексивних умінь. При цьому готовність, у його розумінні, повинна складатися із різного виду установок на усвідомлення певного завдання, моделі вірогідної поведінки, визначення спеціальних способів діяльності, оцінки своїх можливостей у їх співвідношенні з труднощами й необхідністю досягнення певного результату [2].

Е. А. Клімов вважає готовність людини до певної діяльності психологічним станом, він пише, що успішно виконувати свої професійні обов'язки, правильно використовувати знання, досвід, особисті якості, зберігати самоконтроль і перебудовувати діяльність при появі непередбачених перешкод допомагає стан психологічної готовності до діяльності – психічний

стан, що характеризується мобілізацією ресурсів суб'єкта діяльності на оперативне або довготермінове її виконання або трудового завдання [3].

Значуща роль щодо формування високого рівня психологічної готовності зумовлюється динамікою опанування особистістю відповідних компетентностей. У працях Л.М. Карамушки, психологічна готовність визначається як комплекс взаємопов'язаних та взаємообумовлених психологічних якостей, які забезпечують ефективність професійної діяльності.

Аналіз різних моделей готовності до змін показав, що найбільш вдалими для розуміння особливостей психологічної готовності суб'єктів освітнього простору до змін, на нашу думку, є підхід М. І. Фаєрмана, за яким систематизовано параметри такої готовності на особистісному, груповому та системному (організаційному) рівнях:

− особистісний (психологічний) рівень готовності трактується як наявність у людини визначеності, чутливості, відповідальності, когнітивної складності (висока креативність і гнучкість мислення), психологічної захищеності, здатності до навчання, реальної активності (дії, вчинки, діяльність), прагнення до нового, розуміння значущості змін, схильність до експериментів тощо;

− груповий (соціально-психологічний) рівень вказує на включеність до соціально-психологічної спільності, ефективну міжособистісну взаємодію та взаємовплив, спільність інтересів, мотивів та установок, цінностей і норм, звичаїв і звичок, диференційованість групових ролей, визнання привабливості групи, престижу її членів, здатність відкрито обговорювати проблеми та групові дії щодо їх розв'язання; здатність до прийняття помилок тощо;

− системний (організаційний) рівень характеризує сформованість інноваційності, відкритості особистості та групи, проактивності управління тощо [4].

Проаналізувавши наукову літературу, що до данного питання, ми дійшли висновку, що існують досить різні погляди на поняття «готовність». Феномен «готовність» визначають як умову успішного виконання діяльності; як вибіркову активність, що налаштовує особистість на майбутню діяльність; як регулятор діяльності; як придатність до діяльності, наявність певних здібностей; або як психологічний стан, який виникає у суб'єкта для задоволення певної потреби. Відтак, можна відзначити, що психологічна готовність виступає складовою частиною професіоналізму в педагогічній діяльності.

Важливість вивчення психологічної готовності зумовлена тим, що особистість – це складна адаптивна система, яка здатна до значних перебудов внутрішніх компонентів для здійснення професійної діяльності в нових для неї умовах, здатна свідомо контролювати свій особливий психологічний стан здатності до змін, що сприяє автоматизації окремих дій і поступовому досягненню майстерності в певній діяльності.

Література.

1. Бринза І. В. Паттерни особистості, готової до психологічних змін / І. В. Бринза // Наука і освіта. - 2014. - № 11. - С. 45-50.
2. Сластенин В. А. Пути совершенствования психолого-педагогической подготовки учителя в свете основных направлений реформы общеобразовательной и профессиональной школы / В.А. Сластенин. – Полтава, 1995. – 315 с.
3. Климов Е.А. Тип профессий «человек — природа» // Мир профессий: Популярная библиографическая энциклопедия: В 4-х томах. / Е.А. Климов — Воронеж: НПО «МОДЭК», 2008. С.7-12.
4. Фаерман М.И. Комплексный социально-психологический подход к предупреждению сопротивлений нововведениям персонала (на примере организаций малого и среднего бизнеса): Автореф. канд. психолог. наук / М.И. Фаерман. – Ярославль, 2007. – 24 с.

СЕКЦІЯ
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПЕДАГОГІЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

УДК 159.99:37(043)

Арабаджи Г. В.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛІЗАЦІЇ УЧНІВ

В умовах процесу глобалізації світового простору перед навчальними закладами постає завдання виховати не лише всебічно розвиненого учня, а й майбутнього члена суспільства, який буде успішно виконувати обрану соціальну роль.

Згідно з Законом України «Про освіту» від 05.09.2017 р. «освіта є основою інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту, запорукою розвитку суспільства, об'єднаного спільними цінностями і культурою, та держави» [1]. Доцільним буде дати визначення поняттю «соціалізації».

Соціалізація – це процес і результат засвоєння й активного відтворення індивідом соціального досвіду (знань, цінностей, соціальної компетентності), що дає йому змогу інтегруватися в суспільство і поводитися там адаптивно [2, с. 759].

Треба зазначити, що соціалізація може мати як стихійний характер, тобто особистість формується під впливом життєвих обставин, так і відбуватися цілеспрямовано в умовах виховання, наприклад у навчальному-виховному закладі. Одним з основних механізмів соціалізації є культурна трансмісія, або передавання соціальних і культурних цінностей, норм, способів поведінки молодому поколінню [2].

Виокремлюють три види культурної трансмісії:

– *вертикальну* (від батьків до дітей);

– *горизонтальну* (у спілкуванні з однолітками);

– *непряму* (через спеціалізовані інститути й контакти з іншими людьми в умовах суспільно значущої спільної діяльності) [2, с. 760].

З цього можна зробити висновок, що процес культурної трансмісії відбувається на протязі усього життя, але з моменту початку навчання дитини у школі навчальний заклад починає відігравати провідну роль у здійсненні процесу соціалізації, адже коло соціальних зв'язків вже не обмежено найближчими родичами та приятелями, тобто школа розширює можливості дитини в плані її спілкування.

З огляду на те, що головне завдання освіти полягає в тому, щоб учні осмислили власне життя, навчилися самостійно та успішно вирішувати як щоденні життєві завдання, так і складні життєві проблеми, виділимо психолого-педагогічні умови цього:

– зміст освіти будується як людинознавство, відображає в освітніх галузях ставлення людини до світу, інших людей;

– виховний процес підпорядкований створенню життєвої стратегії стійкого розвитку особистості в нестабільних умовах функціонування суспільства, розв'язанню життєвих проблем вихованця під час його взаємодії з вихователем;

– технології навчання піднімаються на якісно новий, акмеологічний рівень, забезпечуючи успіх і високі досягнення в навчанні кожного учня;

– у школі створюється освітнє середовище, що сприяє успіху, творчості, досягненню високих результатів, коли престижно добре навчатися й працювати, дотримуватися морально-правових норм взаємодії педагогів і вихованців;

– взаємодія з батьками спрямована на поетапне формування їх як суб'єктів педагогічного процесу, що передбачає інформаційне забезпечення, залучення до шкільних заходів, участь у батьківських зборах, творчу співпрацю в позакласній і навчальній роботі [3, с. 16].

У таких умовах формується соціально зріла особистість, у якої сформовані поняття про суспільство як динамічну цілісність, складовою якої є він сам, а також присутні бажання й здатності бути активним членом цієї цілісності. У даному випадку поняття «соціальна зрілість»

фіксує стан розвитку особистості через характер, спрямованість її діяльності на реалізацію суспільних ідеалів [3].

Відповідно до теорії «четвіркової» множинності компонентів соціальної зрілості, на думку Н.В. Бордовської і А.О. Реана, такими можуть бути:

– відповідальність;

– терпимість;

– саморозвиток;

– позитивне мислення та ставлення до світу, який є інтегративним компонентом, що охоплює усі попередні [4].

Отже, за умов створення розвивального освітнього простору навчального закладу з урахуванням індивідуальних особливостей та можливостей самореалізації учнів, діти стають соціально зрілими особистостями, які мають активну життєву позицію, вміють будувати партнерські стосунки, здатні до кооперації та саморозвитку.

Література

1. Про освіту : [закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII] [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 2017. – № 38-39. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19/page

2. Варій М. Й. Загальна психологія: навч. посібник / М. Й. Варій. – 2-е вид., випр. і доп. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 968 с.

3. Радул В. Соціальна зрілість як вершина акмеологічного розвитку особистості / В. Радул // Рідна школа. – 2011. – № 3. – С. 15-20.

4. Бордовская Н. В. Педагогика: учеб. пособ./ Н. В. Бордовская, А. А. Реан. – СПб. : Питер, 2006. – 304 с.

159.99:37.015.31(043) **Архипова В.М.**

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АГРЕССИВНЫМИ ДЕТЬМИ И МЕТОДЫ КОРРЕКЦИИ АГРЕССИИ.

Агрессия – мотивированное деструктивное поведение, противоречащее нормам и правилам сосуществования людей в обществе, наносящее вред объектам нападения (одушевленным и неодушевленным), приносящее физический ущерб людям или вызывающее у них психологический дискомфорт (отрицательные переживания, состояние напряженности, страха, подавленности) [1]. Агрессия в раннем возрасте вполне естественна, ведь она является единственно доступной для понимания ребенка реакцией на раздражитель, негативную ситуацию, неудачу, применяемые по отношению к нему действия, выражением неудовлетворенности, протестом. Причиной для волнения она становится со временем, когда ребенок не учится выражать свое недовольство иначе. И все же с детства следует корректировать его поведение, основываясь на его личных качествах и характере, а также причине подобного негативного поведения. Агрессия может стать причиной нарушения отношений с окружающими, родителями, сверстниками, учителями, а изоляция такого ребенка от общества только ухудшит его состояние, давая ему больше поводов для недовольства.

Чаще всего причиной агрессии становятся проблемы и отношения в семье. Частые ссоры и нецензурные выражения формируют у ребенка мнение, что такое поведение является нормальным. Также поощрение, прямое или косвенное, проявлений агрессии закрепляет эту черту в его характере. Помимо этого завышенные требования к ребенку, чрезмерная забота и контроль его действий, как и полное отсутствие интереса к нему, служат основой для агрессивных реакций. Таким образом, через агрессию он пытается получить внимание или же наоборот выразить несогласие, протест, взбунтоваться против интенсивной опеки.

Еще одной причиной образования данной черты характера является общество, в котором находится ребенок. Если в классе, в кругу друзей, в социуме, с которым он часто контактирует, все проблемы решаются с помощью агрессии, ему ничего не остается кроме как поддаться и

влиться в коллектив, следуя негласным правилам. Заниженная самооценка и страх получить негативную критику в свою сторону также являются причиной развития агрессивных привычек.

Кроме того насилие в СМИ, фильмах, музыке, книгах может вызывать укоренение агрессивного поведения. Как вариант среди личных причин также могут быть чувство незащищенности, чувство вины, низкая самооценка, неуверенность в себе, желание выделиться.

Прежде всего, следует понимать, что негативная реакция на проявление агрессии только ухудшит ситуацию и даст больше поводов для подобного поведения, а потакание агрессору и его желаниям в этот момент лишь закрепит уверенность, что данная схема работает, и укрепит эту черту в характере человека. Потому действовать нужно осознанно, тщательно продумывая свои ходы и правильно подбирая слова. Так как агрессия свидетельствует о наличии внутреннего дискомфорта, то первым шагом в помощи такому ребенку должно быть выражение искренней симпатии и интереса к его внутреннему миру, понимания мотивов и чувств, а также принятие его личности.

Следует научить его альтернативному способу преодоления трудностей и далее одобрять решение проблем спокойным путем, без причинения физического вреда и вербальных оскорблений, уделять внимание его достоинствам и позитивному развитию, всегда отмечать успехи такого ребенка. Лучше всего на ребенка влияет индивидуальная беседа, посредством которой можно выяснить причину агрессии и предложить варианты борьбы с ней, но при этом не следует пользоваться дежурными фразами вроде «Веди себя хорошо», на них дети всегда реагируют негативно. Ни в коем случае не следует требовать полного подавления агрессии, ведь это приведет к ее накоплению, что в результате станет причиной еще большей вспышки с возможным насилием.

В качестве способа избавления от негативных эмоций можно предложить активную деятельность (спорт, физические упражнения, танцы, т.д.), методы релаксации (сделать дыхательные упражнения, представить себя в спокойном защищенном месте, послушать расслабляющую музыку, посчитать до 20 и т.д.) или другие способы (нарисовать карикатуру на обидчика, слепить его образ из пластилина, скомкать или разорвать лист бумаги, покричать в подушку, попинать мягкий предмет) [2]. Также нужно научить ребенка заранее замечать симптомы и предотвращать приступы агрессии, чтоб не допускать негативных реакций.

Кроме этого также необходимо дать ребенку чувство защищенности, уверенности в себе. Он должен иметь личное пространство и определенную свободу действий с возможностью выбора, чтоб не чувствовать себя в жестких рамках (не нужно забывать однако, что потакание во всем также имеет негативное влияние на формирование характера ребенка). В противном случае он может начать бунтовать против чрезмерного контроля.

Параллельно следует проводить беседы с родителями, выяснить семейный климат (если это было не до конца ясно из наблюдения за поведением ребенка), посоветовать им проводить возможные игры для развития коммуникативных навыков. Можно предложить научить ребенка управлять своими чувствами, понимать и осознавать их, контролировать проявление агрессии в публичных местах и по отношению к людям, научить сублимировать негативную энергию (например, заняться творчеством).

Таким образом, коррекция агрессивного поведения у детей долгосрочный и системный процесс, который требует комплексного и индивидуального подхода для каждого отдельного случая.

Литература

1. Психологический словарь / под ред. А. Н. Зинченко. – М. : 2002. – 325 с.
2. Семенюк. Л. М. Психологические особенности агрессивного поведения подростков и условия его коррекции / Л. М. Семенюк; ред. Д. И. Фельдштейн. – М. : Ин-т практ. психологии, 1996. – 96 с.

УДК 159.99:37 (043) **Будико А. В.**

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

У суспільстві завжди стояло питання мирного проживання людей на планеті. Щоб досягнути цього, потрібно в кожній людині виховувати такі якості, як взаєморозуміння, відповідальність, доброзичливість, комунікабельність, толерантність. В цій статті ми зупинимося на толерантності та її вихованні.

Толерантність є однією з найважливіших якостей сучасного людини. У наш час високих технологій, коли через ЗМІ та соціальні мережі людина отримує кожен день несумірний потік інформації, бути толерантним необхідно, щоб досягти взаєморозуміння між людьми, взаємодії, злагоди в суспільстві, уникнувши стереотипізації та застарілих догм.

Звернемося до етимології слова толерантність. Толерантність (від лат. tolerantia - терпіння, терплячість, прийняття) – це соціологічній термін, що позначає терпимість до інших, протилежних звичаїв, культури, поведінки [1, с. 471-472]. Толерантність позначає повагу, прийняття та правильне розуміння інших культур, способів самовираження та проявів людської індивідуальності. Під толерантністю не розуміється поступка чи поблажливість і її прояв також не позначає терпимість до соціальної несправедливості, відмову від своїх переконань або поступки чужим переконанням, а також нав'язування своїх переконань іншим людям [2, с. 182].

З самого дитинства в дитині закладається поняття про добро і зло, хороше і погане, для них саме поняття толерантності ще не має свого повного значення. Але чим старше стає людина, тим більше вона переконана, що в світі немає чіткої межі між добром і злом, немає тільки чорного та білого. Саме тому і існує поняття толерантності та необхідність її виховання . У підлітковому віці дитина пізнає соціальні норми і гуманістичні цінності, які орієнтовані вже не просто на його адаптацію в суспільстві, а на життя і функціонування в ньому.

Існує ряд методів, які допомагають сформувати толерантні установки та саму толерантність. Толерантні установки формуються за методом впливу на деякі сфери особистості. Це такі сфери, як інтелектуальна, вольова, предметно-практична, інформаційна, емоційна, екзистенціальна та сфера саморегуляції [3, с. 118-120].

В інтелектуальній сфері в пріоритеті є формування понять про обсяг, глибину, дієвість знань про цінності толерантності: ідеали терпимості, принципи відносин з людьми інших соціальних і національних груп. Відбувається це за допомогою методу переконання, що припускає розумний доказ необхідної толерантної поведінки.

Вольова сфера в своїй основі має орієнтир на формування морально-вольових прагнень в реалізації толерантної поведінки: мужність, сміливість, принциповість у відстоюванні моральних ідеалів. І застосовних методів тут кілька: розвиток у дітей ініціативи та впевненості у своїх силах; розвиток вміння долати труднощі для досягнення поставленої мети; формування вміння володіти собою (витримка, самоконтроль).

У предметно-практичній сфері розвивають здатність здійснювати моральні вчинки, чесно і сумлінно ставитися до дійсності, також вміння оцінити моральність вчинків і поведінку інших людей з точки зору моральних норм. В цьому випадку використовується метод виховних ситуацій - ситуації, коли перед дитиною стає необхідність вирішити будь-яку проблему, перш за все пов'язану з вибором способів відносин з іншими людьми .

Що стосується мотиваційної сфери, то тут методом впливу є стимулювання, в результаті якого має формуватися стійка мотивація терпимого ставлення до людей, що блокує агресивні вчинки дітей.

В емоційній сфері необхідно формувати характер моральних переживань, пов'язаних з нормами або відхиленнями від норм та ідеалів: жалість, співчуття, довіра. Тут застосовується метод навіювання - психічний вплив, словесний чи образний, що викликає некритичне сприйняття та освоєння будь-якої інформації. Часто навіювання супроводжує самонавіювання.

Екзистенціальна сфера характеризується вмінням людини керувати своїми відносинами, тому вона орієнтована на формування свідомого ставлення людини до своїх дій, прагнення до морального самовдосконалення, любові до себе і іншим.

У сфері саморегуляції формуються сумлінність, самооцінка, самокритичність, самоконтроль, добропорядність, метод корекції поведінки, який спрямований на створення умов, за яких дитина вносить зміни в свою поведінку у відносинах з людьми.

Тепер розглянемо ряд методів, які сприяють формуванню самої толерантності [4, с. 36-55]:

1. Організація ознайомлення з іншими культурами в спеціально підготовленому середовищі, яке буде привабливим і ціним для підлітка.
2. Проблематізація підлітка до представників інших культур.
3. Організація проблемних дискусій.
4. Організація процесу рефлексії підлітків щодо свого ставлення до представників інших культур.
5. Надання допомоги у уловленні їм умінням критично мислити, вести діалог, аналізувати свої та чужі точки зору.

На закінчення хочемо сказати, що не є новим твердження, що кожне нове покоління це майбутнє суспільства, тому то, наскільки воно буде толерантним, має першорядну важливість. Світ існує в змішанні понять добра і зла: що для одного є норма, може бути дикістю або божевіллям для іншого. Щоб не розбити цю крихку грань взаєморозуміння та поваги, необхідно виховувати толерантність у підростаючому поколінні. Допомогти це може велика кількість методів, які вже існують і які будуть розроблені, адже попит створює пропозицію.

Література

1. Viktor Emil Frankl. Wörterbuch der Logotherapie und Existenzanalyse / V. E. Frankl. – Wien, 2008. – S. 471—472.
2. Богинская Ю. В. Воспитание толерантности у подростков: формы и методы работы : материалы междунар. науч. конф. февраль 2015 г. / Ю. В. Богинская, Т. А. Байрак // Педагогика: традиции и инновации: материалы VI – Челябинск : Два комсомольца, 2015. – С. 118–120.
3. Рамазан Г. А. Этнополитология : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Г. А. Рамазан. – СПб. : 2004. – С. 118–120.
4. Степанов П. В. Воспитание толерантности у школьников: теория, методика, диагностика / П. В. Степанов ; под ред. Л. И. Новиковой. – М. : АПКиПРО, 2005, – С. 36–55.

УДК 37.013.46

Бураковський А. С.

ПРОБЛЕМА ОБДАРОВАНОСТІ У ПЕДАГОГІЧНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Обдарованість як наукова психологічна проблема передбачає розвиток здібностей особистості, її самовизначення та соціальної адаптації. Ще один із перших філософів в історії людства Конфуцій пропонував відбирати й інтенсивно розвивати обдарованих дітей.

Під поняттям обдарованість ми розуміємо сукупність здібностей, які дозволяють індивіду досягти вагомих результатів в одному або декількох видах діяльності, що є цінними для суспільства. І не обов'язково, щоб обдарована дитина мала гарні оцінки з усіх без винятку предметів шкільної програми. Крім того, потрібно усвідомлювати, що яскрава обдарованість з одного напряму діяльності може поєднуватися з абсолютним відставанням в іншому [1, с.17].

Обдарованість як проблема, на жаль, зустрічається частіше. Прояви – симптоматика цього варіанта досить різноманітні. Головна особливість полягає в тому, що у своїй поведінці, навчанні, внутрішньому психологічному стані обдарована дитина наближається до дезадаптованої. Обдарованість набуває рис неуспішності, соціальної занедбаності, девіантності. Багатьом обдарованим дітям властива „диссинхронія розвитку" – при випереджальному розвитку окремих функцій обдаровані діти в інших аспектах не відрізняються від своїх ровесників або навіть іноді поступаються їм. Поширений приклад диссинхронії - слабкий розвиток моторики в деяких інтелектуально обдарованих дітей у старшому дошкільному та

молодшому шкільному віці. Звідси - незадовільний правопис, невстигання, втрата мотивації - відраза до школи. Іншим, менш розповсюдженим, але більш драматичним прикладом диссинхронії є дислексія (слабкий розвиток мови) [2, с.49].

М.С. Лейтес виділяє три категорії обдарованих дітей:

1) учні з ранньою розумовою реалізацією;

2) учні з прискореним розумовим розвитком;

3) учні з окремим ознаками нестандартних здібностей [5, с. 350].

Учні з ранньою розумовою реалізацією – це діти, у яких за звичайного рівня інтелекту спостерігається особливе «тяжіння», інтерес до якого-небудь окремого навчального предмета. Такі учні (часто, починаючи із середніх класів) захоплюються математикою, фізикою, біологією або мовою, літературою чи історією засвоєння специфіки матеріалу, поглибленим інтересом до нього. Уроки з інших предметів їх обмежують.

Учні з прискореним розумовим розвитком за однакових умов різко виділяються серед однолітків високим рівнем інтелекту, особливо вони помітні в початкових класах. За даними психологів, прискорений розвиток інтелекту завжди пов'язаний з високою розумовою активністю та пізнавальною потребою.

Учні з окремим ознаками нестандартних здібностей не відзначаються розумовими особливостями, не випереджають однолітків у загальному розвитку інтелекту і не виявляють яскравих успіхів з того чи іншого навчального предмета, але відрізняються особливими якостями окремих психологічних процесів (надзвичайна пам'ять на певні об'єкти, багатство уяви або здатність до спостережень) [3, с. 14].

Розрізняють шість сфер обдарованості дітей:

1. **Інтелектуальна сфера**. Обдарована дитина відзначаються гарною пам'яттю, живим мисленням, допитливістю, добре розв'язує різні задачі, зв'язно викладає свої думки, може мати здібності до практичного застосування знань.

2. **Сфера академічних досягнень**. Це успіхи з читання, математики, природознавства та інших навчальних предметів.

3. **Творчість (креативність)**. Дитина дуже допитлива, виявляє незалежність і нестандартність мислення, висловлює оригінальні ідеї.

4. **Спілкування**. Добре пристосовується до нових ситуацій, легко спілкується з дорослими та дітьми, виявляє лідерство в іграх і заняттях з дітьми, ініціативна, бере на себе відповідальність за свої дії.

5. **Сфера художньої діяльності**. Дитина виявляє великий інтеріс до візуальної інформації, захоплюється художніми заняттями, її роботи відрізняються оригінальністю. Виявляє інтерес до музики, легко відтворює мелодію. Із задоволенням співає, намагається створювати музику.

6. **Рухова сфера**. Тонка і точна моторика, зорово-моторна координація, широкий діапазон рухів, добре володіє тілом, високий рівень розвитку основних рухових навичок[4, с. 7-8].

Частина обдарованих школярів гостро реагує на спрямованість школи на «середнього» учня і неувагу до їхніх інтелектуальних здібностей. «Психологічним відображенням цього стають невдоволення обдарованих учнів ставленням до них учителів, ігнорування рутинної, на їх погляд, системи навчання, маскування своєї обдарованості (внаслідок чого вона набуває прихованої, латентної форми і справді зникає з поля зору педагогів), тривожність, депресія, агресивність тощо. Обдаровані учні вимагають поваги до себе як до унікальної особистості, що інтенсивно розвивається».

Література

1. Кульчицька О. І. Специфіка дитячої обдарованості / О. І Кульчицька : Обдарована дитина. – 2001. - № 1. – 17 с.
2. Осадченко І. О. Проблема стимулювання творчої активності школярів / І. О. Осадченко: Рідна школа 2001. - № 1 – 49с.
3. Чорна Л.Г. Психологічне забезпечення розвитку творчих здібностей учнів / Л. Г. Чорна : Обдарована дитина. – 2002. - № 2 – 18 с.

4. Як працювати з обдарованими дітьми : лекційний курс / сост. Е. В. Короткова. – 2000. - № 17 – 18. – С. 7-8.
5. Психология одаренности детей и подростков : учебник по психологии. / Под ред. Н.С. Лейтеса. - М.: Издательский центр «Академия», 1996. - 416 с.

УДК 159.99:37(043) **Дегерменджи А. Д.**

ВРАХУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗОНИ НАЙБЛИЖЧОГО РОЗВИТКУ ДИТИНИ У ВИКЛАДАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Проблема співвідношення дитячого розвитку та навчання є ключовою для педагогічної психології. Так, на думку відомого психолога С. Л. Рубінштейна, кожна концепція навчання, яку сформулює педагог, включає в себе певну концепцію розвитку. Це положення підтверджується і тим, що, поряд з освітньою та виховною функцією, особливе місце в навчанні відводиться його розвиваючої функції [1].

Згідно з цим, в педагогічній психології виділилось декілька підходів до розв'язування питання співвідношення розвитку і навчання. У центрі більшості підходів – положення про незалежність процесів дитячого розвитку від процесів навчання.

Водночас, навчання розглядається теоретиками як зовнішній процес, який повинен так чи інакше узгоджуватись із дитячим розвитком, але який сам по собі не бере активної участі в дитячому розвитку, нічого в ньому не змінює, а швидше використовує досягнення розвитку, аніж просуває його хід і змінює його напрямок. Типовим представником цього напрямку є Ж. Піаже, який і вивчав розвиток дитячого мислення незалежно від процесів навчання дитини [2].

Проте, сучасні погляди на проблему розвиваючого навчання базуються на концепції «зони найближчого розвитку», Л. С. Виготського, яка була сформована вченим у 30-х роках XX ст. та одразу отримала широку популярність й поширеність [3, с. 34].

Так, Л. С. Виготський був переконаний, що навчання є двигуном психічного розвитку. Ці два поняття (розвиток та навчання), як вважає вчений, мають різний зміст – «единство, но не тождество процессов обучения и внутренних процессов развития» [2].

Отже, розвиток є не що інше, як процес формування особистості з обов’язковим поступовим накопиченням нових якостей, характерних для людини.

На противагу цьому, навчання – це внутрішня необхідність в процесі розвитку дитини не природних, а історичних особливостей людини. Тобто, навчання створює зону найближчого розвитку, пробуджує в дитині внутрішні процеси розвитку, які спочатку проявляються під час взаємовідносин з оточуючими, співпраці з товаришами, і лише пізніше стають здобутком самої дитини [3, с. 34-35].

Більш того, Л. С. Виготський стверджував, що навчання в поєднанні з розвитком повинно весь час перебувати на рівень вище, а дитина під час цього процесу потребує постійної підтримки дорослого, оскільки осмислено копіюючи дії дорослого дитина розвивається [2].

Іншими словами, «зоною найближчого розвитку» є відстань між актуальним рівнем розвитку (наявними можливостями дитини) та потенційним, коли дитина справляється з поставленими завданнями під керівництвом дорослих. Своєчасне ж виявлення цієї «зони» дозволяє визначити наскільки дитина готова перейти до наступного рівня навчання, оскільки кожна дитина має свої особливості відносно цього [3, с. 35-36].

Відповідно до вищезазначеного, потрібно також зазначити, що концепція зони найближчого розвитку активно використовується й в процесі викладання іноземних мов, й в ході проведених Л. С. Виготським досліджень, було виявлена ефективність даного підходу.

Адже, орієнтуючись на зону найближчого розвитку, яка є критерієм розумового розвитку дитини та одним з показників індивідуальних відмінностей дітей, навчання веде розвиток вперед, оскільки те, що знаходиться в цій «зоні» удосконалюється та переходить на рівень актуального розвитку в наступній віковій фазі, що зумовлює ефективне навчання іноземним мовам навіть в ранньому віці [3, с. 36].

Таким чином, в ході аналізу основних положень найвідомішої концепції Л. С. Виготського можна зробити висновок, що матеріали досліджень вченого дозволили вийти на новий рівень в розумінні проблеми навчання і розвитку.

А також, використання концепції зони найближчого розвитку в процесі навчальної діяльності, й насамперед в ході викладання іноземних мов, є досить результативним, тому що орієнтуючись на тільки виникаючі у перспективі цикли розвитку та потенціальні можливості учня, навчання й набуває розвиваючого характеру.

Література

1. Пидкасистый П. И. Педагогика: учебник и практикум для СПО / П. И. Пидкасистый. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 408 с.

2. Вікова та педагогічна психологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/14090705/psihologiya/psihichniy_rozvitok_navchannya

3. Столяренко Л. Д. Педагогическая психология / Л. Д. Столяренко. 2-е изд., перераб. и доп. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 544 с.

УДК 159.99:37(043) **Кудлай В.В**.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ЗРІЛОСТІ ШКОЛЯРІВ

Поняття «соціальна зрілість особистості» співвідноситься з категоріями «соціалізація індивіда», «соціальність особистості» та «соціальний тип особистості», що відображає конкретно-історичні та культурні умови розвитку суспільства і служить еталоном тих соціальних якостей, які необхідно опанувати учням.

Соціальна зрілість – це характеристика особистості, що втілила соціально-типові риси в такій мірі, яка є достатньою для існування її в певній суспільній системі як історичного суб'єкта (творця історії), так і для існування даної системи в цілому [1].

Сучасні соціологи, психологи розглядають в якості критеріїв соціальної зрілості особистості її глибинні якості – соціальне самовизначення, соціальну активність і соціальну відповідальність. Ці особистісні новоутворення у своєму розвитку на рівні свідомості, осмисленості зумовлюють та впливають на результат соціально-практичної діяльності учня.

Соціальне самовизначення особистості проявляється в суспільно значущих результатах, які учасники педагогічного процесу досягають в обов'язкових видах діяльності. Соціальна активність особистості учня вказує, наскільки його прагнення і плани матеріалізуються в результати соціально-практичної діяльності. Соціальна відповідальність особистості проявляється в сумлінності і старанності кожного учасника при виконанні покладених на них ролей і функціональних обов'язків у конкретних видах діяльності [1].

З наукових теорій відомо, що неможливо дати повну характеристику моделі соціальної зрілості особистості, але можна виокремити чотири компоненти особистісної зрілості, так звані базові, фундаментальні, навколо яких групуються багато інших. Відповідно до теорії «четвіркової» множинності компонентів соціальної зрілості, на думку Н.В. Бордовської і А.О. Реана, такими можуть бути, по-перше, відповідальність, по-друге, терпимість, по-третє, саморозвиток, і четвертим інтегративним компонентом, що охоплює усі попередні, та одночасно присутній у кожному з них, є позитивне мислення, позитивне ставлення до світу[2].

Формування відповідальності тісно пов'язане з розвитком автономності особистості та забезпеченням свободи прийняття рішень стосовно себе. Потреба в саморозвитку, самоактуалізації – основна складова зрілої особи [3]. Ідея саморозвитку і самореалізації є основною або, принаймні, надзвичайно значимою для багатьох сучасних концепцій про людину. Вона займає ведуче місце в гуманістичній психології, одному з найбільш потужних і інтенсивних напрямів сучасної психологічної науки і практики, що розвиваються.

Тож на сьогодні проблема виявлення компонентів соціальної зрілості є дуже актуальною, так як проблематикою соціальної зрілості особи займаються різні науки. До них відносяться такі науки, як педагогіка, психологія, соціологія та ін. Проблема соціальної зрілості особи є

центральною для такої відносно нової області мовознавство, як акмеологія. Предметом акмеолоії є феномен зрілості людини, або процес і результат досягнення людиною вершин як індивідом, особою, суб'єктом діяльності (у тому числі і професійною) і індивідуальністю.

Література

1. Гурова Р.Г. Проблемы воспитания / Р.Г. Гурова. – М.: Педагогика, 1981. – 176 с.
2. Бордовская Н. В. Педагогика: Учеб. пособ. / Н.В. Бордовская, А.А. Реан. – СПб.: Питер, 2006. – 304 с.
3. Словарь по социальной педагогике: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. /Авт.-сост. Л.В. Мардахаев. – М.: Изд. центр „Академия", 2002. – 368 с.

УДК 37.09:376-056.45

Литовченко Т. В.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ОБДАРОВАНОЇ ДИТИНИ

Актуальність роботи пов'язана з тим, що у сучасному соціумі дуже підвищена увага до проблеми обдарованості дитини. Завдяки швидкому розвитку науки і техніки, у суспільстві виникла велика потреба в талановитих людях з нестандартним мисленням. Тому проблема виховання та навчання обдарованих дітей стає дедалі важливою з кожним роком.

Обдарованість – значне в порівнянні з віковими нормами випередження в розумовому розвитку або винятковий розвиток спеціальних здібностей (музичних, художніх і ін.)[1].

Обдарованість дітей може бути встановлена і вивчена тільки в процесі навчання і виховання, у ході виконання дитиною тієї або іншої змістовної діяльності. Прояви розумової обдарованості у дитини пов'язані надзвичайними можливостями дитячих років життя. Потрібно мати на увазі, що в ранні дошкільні роки стрімкий розумовий розвиток відбувається у всіх дітей, надаючи вирішальний внесок дитячих років у становленні інтелекту [2].

Обдарованих дітей, як правило, відрізняє висока допитливість і дослідницька активність. Психофізіологічні дослідження показали, що у таких дітей підвищена біохімічна і електрична активність мозку [3].

Обдаровані діти надзвичайно сильно відрізняються один від одного за видами обдарованості. Виділяють наступні види обдарованості:

1) Художня обдарованість – це високі досягнення в галузі художньої творчості і виконавської майстерності в музиці, живописі, скульптурі, акторські здібності);

2) Загальна інтелектуальна та академічна обдарованість. Тобто здібності до швидкого опанування основними поняттями, легкого запам'ятовування і збереження інформації);

3) Творча обдарованість. Дослідники показують, що діти з творчою спрямованістю нерідко мають ряд поведінкових характеристик, які їх виділяють і які викликають зовсім не позитивні емоції у вчителів і навколишніх людей:

а) велика незалежність в судженнях;

б) тонке почуття гумору;

в) відсутність уваги до порядку і організації роботи;

г) яскравий темперамент;

4) Соціальна обдарованість – це виняткова здатність встановлювати зрілі, конструктивні взаємини з іншими людьми. Виділяють такі структурні елементи соціальної обдарованості як соціальна перцепція, просоціальну поведінку, моральні судження, організаторські вміння і т.д.[2].

Обдаровані діти випереджають інших у кількості та силі сприйняття оточуючих подій і явищ: вони більше вловлюють і розуміють. Вони більше бачать, чують і відчувають, ніж інші в тих же умовах. Вони можуть стежити одночасно за кількома подіями. З поля їх сприйняття не випадають інтонації, жести, пози і моделі поведінки оточуючих. Обдаровану дитину нерідко порівнюють з губкою, що вбирає найрізноманітнішу інформацію та відчуття. Але така здатність до сприйняття йде пліч-о-пліч з уразливістю, що породжена підвищеною чутливістю. Їх

нормальний егоцентризм призводить до того, що вони сприймають все, що відбувається на свій рахунок.

Завдяки широті сприйняття і чутливості обдаровані діти глибоко переживають соціальну несправедливість. Через це виникають наступні проблеми навчання таких дітей:

1. Неприязнь до школи. Таке ставлення часто з'являється від того, що навчальна програма нудна і нецікава для обдарованої дитини. Порушення в поведінці обдарованих дітей можуть з'являтися тому, що навчальний план не відповідає їх здібностям.

2. Ігрові інтереси. Обдарованим дітям подобаються складні ігри і нецікаві ті, якими захоплюються їхні однолітки середніх здібностей. Внаслідок цього обдарована дитина опиняється в ізоляції, замикається у собі.

3. Конформність. Обдаровані діти, відкидаючи стандартні вимоги, не схильні до конформізму, особливо якщо ці стандарти йдуть врозріз з їх інтересами або здаються безглуздими.

4. Занурення у філософські проблеми. Для обдарованих дітей характерно замислюватися над такими явищами, як смерть, загробне життя, релігійні вірування і філософські проблеми, у набагато великій мірі, ніж для середньостатистичної дитини.

5. Невідповідність між фізичним, інтелектуальним і соціальним розвитком. Обдаровані діти часто вважають за краще спілкуватися і грати з дітьми старшого віку. Через це їм часом важко ставати лідерами, так як вони поступаються останнім у фізичному розвитку [4].

Обдарованість на сучасному етапі розвитку психолого-педагогічної думки можна розглядати як свого роду девіацію, тобто обдаровані діти є в багатьох випадках носіями відхилень, що створює чимало проблем при роботі з ними.

Соціально-психологічні проблеми обдарованих дітей проявляються дуже часто в добре відомих педагогам і шкільним психологам формах дезадаптивної поведінки, таких як, наприклад, асоціальна і агресивна поведінка. Протест дитини проти складеного досвіду ставлення до нього однолітків та дорослих, незадоволеність відносинами, тривале пригнічення його важливих потреб – в активності, демонстрації своїх можливостей, лідируванні і ін. – можуть приймати в поведінці форми демонстративної асоціальності, захисної агресії. Така дитина поводиться зухвало, бурхливо і недоброзичливо реагує на дії і оцінки оточуючих, дозволяє собі ненормативні, навіть виражено асоціальні вчинки: псує речі, нецензурно лається, б'ється і т.д. [5].

Робота з обдарованими дітьми вимагає належної змістової наповненості занять, зорієнтованості на новизну інформації та різноманітні види пошукової, розвиваючої, творчої діяльності. Тому, що обдаровані діти – це унікальні діти які є надзвичайно вразливими і потребують особливої уваги.

Отже, щоб робота з обдарованими дітьми була ефективною, необхідний аналіз і виявлення справжніх механізмів, що породжують ці проблеми, і розуміння, що обдарованість – це не просто результат високих здібностей дитини, але в першу чергу це проблема становлення його особистості. А також, дуже важливим є вчасне виявлення обдарованості у ранньому віці, тому що чим раніше вчитель почне розвивати здібності і талант дитини, тим більше шансів на їх оптимальний розвиток.

Література

1. Степанов С. С. Психологический словарь для педагогов и родителей / С. С. Степанов. – М.: Сфера 1996. – 152 с.
2. Лейтес Н.С. Психология одаренности детей и подростков / Н. С. Лейнтес. – М. : Академия, 1996. – 416 с.
3. Терасье Ж. К. Сверходаренные дети / Ж. К. Терасье. – М. Изд-во «Просвещение», 1999. – 27 с.
4. Одаренные дети / Пер. с англ. / Общ. ред. Г. В. Бурменской и В. М. Слуцкого; Предисл. В. М. Слуцкого. – М. : Прогресс, 1991. – 164 с.
5. Богоявленская М. Е. Природа «проблем» одарённых. // Одарённый ребёнок /М.Е.Богоявленская. – 2004, № 4. – с.74-83.

УДК 159.99:37(043) **Меркулова С. І.**

ОСОБЛИВОСТІ ВИХОВАННЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

Останнім часом у нашій країні проблемі толерантності приділяється багато уваги. Проводяться конференції, видаються книги і брошури, реалізуються спеціальні програми, так або інакше піднімають питання про формування толерантності. Це обумовлено соціальною напруженістю в суспільстві, міжетнічними конфліктами та зростанням національного екстремізму.

Важливо наголосити, що толерантність є не тільки етичною характеристикою окремої людини, але, у той самий час, вона визначається як специфічна технологія взаємодії людей, яка забезпечує досягнення цілей через урівноваження інтересів, переконання сторін, що співробітничають, в необхідності пошуку взаємоприйнятного рішення [1].

Повага гідності і цілісності особистості є одночасно обов'язком і найвищою цінністю толерантного суспільства, яке складається з мирних громад. Відсутність поваги до гідності і цілісності особистості призводить до виникнення расизму, статевої дискримінації, етноцентризму, які породжують політику геноциду. У підлітковому середовищі інтолерантність виявляється найчастіше у вигляді жартів, принижень, образ [2].

Метою виховання толерантності є виховання в підростаючому поколінні потреби і готовності до конструктивної взаємодії з людьми і групами людей незалежно від їх національної, соціальної, релігійної приналежності, поглядів, світогляду і поведінки [1].

Виховувати толерантність – значить прищеплювати повагу, прийняття та правильне розуміння багатого різноманіття культур нашого світу, наших форм самовираження та способів проявів людської індивідуальності. Їй сприяють знання, відкритість, спілкування та свобода думки, совісті й переконань. Виховати підлітка толерантним – формувати в нього поступливість. Виховуючи підлітка толерантним, необхідно виявляти толерантність і самим педагогам [3, с. 4]. Необхідно пам’ятати, що підлітковий вік характеризується емоційною нестабільністю, спалахами, що виникають в результаті фізіологічних змін в організмі; що говорить про необхідність формування основ толерантності у підлітків [1].

Прояв толерантності означає, що кожний вільний дотримуватися своїх переконань і визнає таке ж право за іншими. Це означає визнання того, що люди за своєю природою розрізняються за зовнішнім виглядом, становищем, мовою, поведінкою та цінностями і мають право жити у світі та зберігати свою індивідуальність. Це також означає, що погляди однієї людини не можуть бути нав'язані іншим [3, с. 4].

Важливу роль в процесі становлення особистості відіграє виховання толерантності в родині. Основними принципами такого виховання повинні стати зв'язок виховання толерантності з життям, поважне ставлення до особистості, опора на позитивне в дитині, соціальна обумовленість процесу виховання толерантності, завуальованість педагогічних впливів та опори на активність дитини, єдність знання та поведінки [4].

На розвиток толерантності підлітка впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники. Ті внутрішні чинники, які стримують розвиток толерантності (знервованість, риси темпераменту, негативні форми самоствердження) долаються самим же підлітком, але важлива й організація виховного процесу. До чинників, сприяючих саморозвитку толерантності, можна віднести зростання свідомості сприйняття, формування світогляду, розширення кругозору, розвиток самосвідомості. Як вже було відзначено, важлива роль середовища, в якому відбувається розвиток толерантності [1]. Спільні з батьками заняття, залучення підлітка в різні види діяльності в родині та поза нею, підтримка в різних справах сприяють успішному формуванню та розвитку толерантності підлітків [4].

Головні методи виховання в родині – це приклад, спільні з батьками заняття, бесіди, підтримка підлітка в різних справах, у рішенні проблем, залучення його в різні види діяльності в родині та поза нею. Підліток освоює соціальні зв'язки та ролі у світі; зростаючи, він усе більше орієнтується на однолітків і соціальні інститути. Батьки, даючи йому відносну свободу,

повинні бути надійним тилом для нього, створювати в нього почуття впевненості, які його зрозуміють і підтримають у важкій ситуації [3, с. 5-6].

Отже, у висновку можна сказати, що жодне суспільство не є й не може бути однорідним, тому що кожне суспільство складається з людей, різних не тільки з погляду їхнього етнічного походження, віросповідання, політичних поглядів, але і з погляду віку, статі, інтересів, виховання, матеріального становища тощо

Якість будь-якого суспільства залежить від здатності людей співіснувати одне з одним, від того, чи сприймають вони одне одного, чи поважають і підтримують, чи навчаються одне від одного, чи об'єднують свої зусилля в ім'я загального добра, для постійного поліпшення свого матеріального й духовного життя. В умовах соціальної розмаїтності дуже важливо встановити культуру миру, що неможливо без дієвого виховання, заснованого на принципах толерантності [2].

В основу формування толерантності підлітків у родині необхідно закласти навчання культурі світу та правам людини, орієнтація на які повинна народжувати в людині добрі риси, високоморальні потреби та вчинки. Спеціальна педагогічна діяльність батьків реалізує соціалізацію дитини. Батькам необхідно формувати в підлітків систему цінностей, в основі якої лежать такі поняття, як консенсус, компроміс, взаємоприйнятність і терпимість, прощення, ненасильство, співчуття, розуміння, співпереживання.

Література

1. Розвиток міжособистісної толерантності в старших підлітків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Psihologia/25169.doc.htm
2. Виховання толерантності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ru.osvita.ua/school/method/technol/1117/
3. Волошина О. Проблема формування толерантності в сучасних педагогічних дослідженнях / О. Волошина // Рідна школа. – 2007. – № 3. – С. 4-6.
4. Чирва Н. І. Особливості формування толерантності підлітків у родині [Електронний ресурс] Н. І. Чирва. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/29_DWS_2012/Pedagogica/3_120466.doc.htm

УДК_159.923.2

Пахомов В.М.

ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ЗРІЛОСТІ УЧНЯ

Соціалізація - процес становлення особистості, поступове засвоєння суспільних вимог, набуття соціально – значимих характеристик свідомості та поведінки, які регулюють взаємини людини та суспільства [1].

Для того, щоб досягти успішної соціалізації потрібно, щоб учням було комфортно у школі. Їхні батьки та вчителі повинні мати гарні співвідносини один з одним, щоб разом досягти успіху та виховати соціально зрілу особистість. У школі, у свою чергу, повинні бути умови, які сприяють збереженню психічного здоров’я дитини та гарні умови для індивідуалізації [2].

Можна виділити такі критерії соціалізації як:

- постійне самовдосконалення.
- творча активність.
- працьовитість
- критичне мислення [3].

Умовами ефективної соціалізації учнів у навчально-виховній діяльності освітнього закладу є наступне:

- педагогізації середовища, взаємодії з громадськістю, створення позитивного іміджу освіти, навчального закладу, конкретного педагога;
- підвищення рівня психолого-педагогічної культури учасників освітнього процесу, забезпечення психолого-педагогічного супроводу соціалізації учнів різного віку;

- створення розвивального освітнього простору навчального закладу з метою врахування індивідуальних особливостей та можливостей самоактуалізації та самореалізації учнів;

- впровадження нових методів контролю знань та оцінювання з метою формування навичок рефлексії та розвитку оцінної складової самосвідомості учнів;

- розширення рольового простору кожної дитини за рахунок її включення у систему суспільно корисних справ, шкільного самоврядування, педагогічно вмотивованих доручень;

- актуалізацію підготовки учнів до свідомого вибору життєвих перспектив та майбутньої професії;

- використання методів педагогічної корекції для вирішення актуальних проблем виховання та реалізації індивідуального підходу до учнів;

- гуманізації міжособистісних стосунків, створення позитивного мікроклімату у дитячих коллективах [4].

Розглянемо поняття «соціальна зрілість». Це стан сформованості особистості через певне соціальне середовище [3]**.** На цій основі можна виділити наступні ***показники соціальної зрілості учня*** [5]:

- Рівень практичного мислення.
- Цілеспрямованість.
- Вміння, навички приймати самостійно рішення.
- Рівень розвитку навичок соц.спілкування.
- Оптимальність поведінки і регулювання дій.
- Провідні різновиди діяльності.
- Досвід поведінки в конфліктних ситуаціях.
- Рівень особистого самовизначення і самореалізації
- Життєвий план.
- Конкурентоспроможність.
- Практичні, трудові якості.
- Сумлінність.
- Позитивне сприйняття всього нового.
- Своєчасність виконання трудових завдань тощо.

Висновок. Соціалізвція – це обов’язків процес засвоєння суспільних вимог. Вчителі та батьки повинні координувати свої дії. Для досягнення соціалізаціі у школі повинні бути комфортні умови. Існують такі критеріі соціалізаціі, наприклад: самовдосконалення, працьовитість або творча активність тощо. Також можна виділити такі показники соціальної зрілості: Рівень практичного мислення, цілеспрямованість, вміння, навички приймати самостійно рішення, Рівень розвитку навичок соціального спілкування тощо.

Література

1. Соціалізація // Політологічна енциклопедія : навч. посібник : у 9 т. / А. О. Карасевич, Л. С. Шачковська. - Умань: ФОП Жовтий О. О., 2016. -Т. 7: С, Т. - С. 87-88. - 567 с.
2. Социология: Підручник для вузов/В.Н. Лавриненко, Н.А. Нартов, О.А. Шабанова, Г.С. Лукашова; Під ред. Проф. В.М. Лавриненко. - 2-ге вид., перераб. І доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 407 з.
3. Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. – М., 1968.
4. Муздыбаев К. Психология ответственности / Под ред. В.Е.Семенова. – Л.: Наука, 1983. – 240с.
5. Яшина М.М. Соціалізація особистості як процес / / http://tik.spbguki.ru / scientfic/yashina_book_02

УДК 159.99:37(043) **Федіна М.Г.**

РОЗВИТОК ДИТЯЧОЇ ТВОРЧОСТІ У МЕЖАХ УРОКУ

Творчість – найдавніша категорія діяльного способу існування людини. У філософському контексті творчість є продовженням творчості природи, її складовою частиною. Суспільство та кожен її член при цьому є суб'єктом творчої діяльності [1, с. 8].

Головна особливість творчої людини – це віра у власні сили та у свої можливості. Як тільки людина повірить в це – в неї звільнюється творче начало. І його ніхто потім не може заглушити. Таким чином, творчість на уроках для дитини дуже важлива. Саме про це говорив В. О. Сухомлинський: «У наших школах не повинно бути нещасливих учнів, душу яких гнітить думка, що вони ні на що не здібні. Успіх у навчанні — єдине джерело внутрішніх сил учня, які породжують енергію для долання труднощів, бажання вчитися»[1, с. 9].

Відомі психологи та педагоги як Н. О. Ветлугіна, Л. С. Виготський, В. В. Давидов, О. В. Запорожець, В. Т. Кудрявцев, О. І. Кульчицька, М. М. Поддьяков, Є. В. Суботський та ін. довели, що творчі здатності яскраво проявляються в дошкільному дитинстві й розвиваються у процесі спеціально організованого навчання, коли діти оволодівають суспільно виробленими засобами діяльності. Дитячу творчість слід розуміти як створення дитиною суб'єктивно нового, значущого для неї продукту – малюнка, конструкції, гри, оповідання, створення невідомих раніше деталей, що по-новому характеризують створюваний образ: різних варіантів зображень, ситуацій, рухів, характеристик героїв, інших дій; застосування засвоєних раніше способів зображення або засобів виразності у новій ситуації; прояв ініціативи в усьому [2, с. 21].

Креативність сприймається як синонім творчої активності, що являє собою індивідуальну траєкторію психічного розвитку дитини, притаманну їй інтегральну якість, що проявляється: в домінуванні допитливості, прагнення до пізнання; у спроможності долати стереотипи; у характері — системі власних ставлень та поведінки. Креативність можна розглядати як основу продуктивного розвитку дитини, як потенціал, що забезпечує його зростання, властиве так чи інакше кожній дитині. А результат – дитяча творчість, тобто той рівень оволодіння соціальним досвідом, для якого характерні самостійний вибір спрямованості його діяльності, вміння виробляти новий продукт [3].

Таким чином, творчість на уроці для дитини є своєрідним втіленням прояву усіх здібностей. Найголовніше завдання вчителя в будь-якій ситуації – створити в класі творчу атмосферу, більше того, педагог повинен розуміти психологічну сутність цього процесу. Це насамперед не насильне навчання, а заохочення до пізнання, повага інтелектуальної сили дитини[1, с. 8].

Вчителі мають відмовитися від будь-яких форм примушення, а тим паче пригнічення учнів. Учні мають отримати свободу у виборі навчання. Одним із провів творчості на уроці можна представити малюнок на тему: «Як ви бачите цей світ?». Діти роблять власні відкриття й створюють цікавий, часом оригінальний, продукт у вигляді малюнка, конструкції, вірша тощо. Малюючи, вирізуючи та конструюючи, дитина створює для себе суб'єктивно цінне, нове. При цьому першорядне значення для неї має сам процес створення продукту [2, с. 7].

Ще одним способом прояву творчості на уроці може бути індивідуально написане твір або проект, складений групою учнів спільно. У деяких випадках проект може бути складений окремими учнями при безпосередній допомозі вчителя в разі виникнення лексичних та граматичних труднощів з боку учня. Таким чином, досягається мета багаторівневого залучення учнів в даний конкретний проект [3].

Вчителю важливо пояснити, що у ході роботи над проектом учні повинні уважно вивчити пам'ятку роботи над проектом «Творчий проект – це цікаво». Поради з пам'ятки допомагають успішніше організувати роботу. По-перше, необхідно вибрати проект, який цікавий для дитини. По-друге, в груповому проекті необхідно розподілити ролі і обов'язки у відповідності з інтересами і можливостями кожного учасника проекту. Проект повинен бути акуратно і барвисто оформлений. Для роботи над темою необхідно використовувати додаткову літературу, інтернет [2, с 10].

Використання гри на уроках іноземної мови також розвиває творчі здібності учнів. На першому рівні формування графічних навичок відбувається одночасно з іншими видами мовлення. На другому рівні принцип цілісності навчання тісно пов'язано з технікою письма і зумовлено закономірностями формування рухових навичок. Звідси випливає, що продуктивний шлях формування графічних навичок полягає не в послідовності засвоєння учнем окремих елементів й окремих букв, а в засвоєнні передовсім загальних орієнтирів руху, графічних комплексів, характерних для писемності [3].

Іншим способом для розвитку творчих здібностей є нестандартний урок – це імпровізоване навчальне заняття, що має нетрадиційну структуру. Назви уроків дають певне уявлення про цілі, завдання і методику проведення таких занять. Нестандартні уроки не передбачають прямої залежності від змісту, методів і форм навчання. Поширеними методиками, методами і прийомами на нестандартних уроках є ділові, рольові ігри, моделювання, імітація, імпровізація, де саме середовище впливає на учня і перебудовує навчально-виховний процес. Важливою умовою ефективності проведення нестандартних уроків є наявність позитивних емоцій. На цих уроках, як правило, незадовільні оцінки не ставлять і не принижують гідність учня. Вільна участь дітей пов’язана з пріоритетністю знання і з загальною думкою, яка складається на основі самовираження [1, с. 6].

Отже, творча діяльність важлива та необхідна. Для того, щоб дитина гармонійно розвивалась в соціумі вона повинна творчо співіснувати з іншими індивідами. Таким чином, задача вчителя – не тільки створити всі умови для розвинення творчих здібностей дитини, а й всіляко допомогти їй у цьому процесі.

Література

1. Біла І. М. Психологія дитячої творчості / І. М. Біла. – К. : Фенікс, 2014. – 138 с.
2. Гавінська Т. М. Ігри на уроках англійської мови як засіб формування комунікативної компетенції школярів / Т. М. Гавінська. – : Слобідко-Охрімовецький НВК, 2015. – 67 с.
3. Розвиток творчих здібностей учнів на уроках англійської мови [Електронний ресурс]. – Back to school. – Режим доступу: http://novopetrivka.at.ua/publ/rozvitok_tvorchikh_zdibnostej_uchniv_na_urokakh_anglijskoji_movi/1-1-0-10

СЕКЦІЯ
АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

УДК 373.2.011.3/51:005.963

Князько А. С.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ЕТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ВИХОВАТЕЛЯ ДОШКІЛЬНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Здійснене нами теоретичне дослідження дозволило встановити, що професійно-етична культура як інтегративна якість особистості вихователя є структурованим особистісним утворенням у єдності декількох компонентів: ціннісно-мотиваційного, когнітивного і особистісно-поведінкового. Ціннісно-мотиваційний компонент – це сукупність педагогічних цінностей, які є орієнтирами в професійній діяльності вихователя й умотивовують його етичну поведінку на основі педагогічної моралі. Когнітивний (знанієвий) компонент охоплює систему професійних знань, зокрема знань про педагогічну культуру, професійну етику, професійно-етичну культуру вихователя дошкільного навчального закладу. Особистісно-поведінковий компонент активує знання педагогом професійної етики у практичну площину його діяльності, в професійну поведінку.

По завершенню констатувального етапу педагогічного дослідження ми гіпотетично визначили організаційно-педагогічні умови, створення яких в дошкільному навчальному

закладі дозволить підвищити рівень сформованості професійно-етичної культури вихователів, а відтак забезпечить зростання їхнього професіоналізму та майстерності. Такими організаційно-педагогічними умовами, на нашу думку, могли б бути:

1. Формування у вихователів усвідомленого розуміння сутності професійно-етичної культури, її значущості у професійній діяльності, досвіду набуття етичної поведінки через систему організаційно-методичних заходів.
2. Запровадження в дошкільному навчальному закладі дії «Кодексу професійної етики вихователів», організація їхньої професійної діяльності за визначеними у ньому правилами.
3. Розробка та виконання індивідуальних програм особистісного самовдосконалення професійно-етичної культури вихователя.

Їх реалізація на формувальному етапі педагогічного дослідження передбачала розробку спеціальної технологічної моделі, яка являє собою чітко визначену траєкторію дослідницької роботи. Моделювання в педагогічному дослідженні виступає засобом розв'язання дослідницьких завдань шляхом побудови логічної схеми взаємопов'язаних цілей, принципів, підходів, етапів реалізації педагогічних умов, форм діяльності [1].

За змістом цієї моделі, мета дослідження прогнозує очікуваний результат: сформованість професійно-етичної культури вихователів. Засадовими підходами реалізації технологічної моделі є аксіологічний, компетентнісний, особистісний, практико-орієнтований, діяльнісний. Апробація організаційно-педагогічних умов була прикметна певною спрямованістю експериментальної роботи, яка співпадала з компонентами професійно-етичної культури вихователя й забезпечувалася індивідуальними та колективними формами роботи з педагогічними кадрами.

Дослідницька робота з апробації організаційно-педагогічних умов формування професійно-етичної культури вихователів здійснювалася у два етапи: підготовчий і основний. Підготовчий етап тривав один місяць (січень 2017 р.). Він був присвячений визначенню тематики і організаційних форм проведення освітніх заходів і спеціальних занять у відповідності зі станом сформованості у вихователів кожного компонента професійно-етичної культури за результатами констатувального експерименту. Складаючи календарно-тематичний план освітніх заходів і спеціальних занять, ми урахували реальну потребу вихователів у розширенні їхніх знань й набутті необхідних практичних умінь. На цьому ж етапі здійснювалася розробка вихователями своїх індивідуальних програм самоудосконалення знань і умінь з питань професійної етики та професійної поведінки (проводилися співбесіди, консультації, уточнювалися потреби у відповідних знаннях і вміннях з кожним вихователем зокрема тощо). Завданням основного етапу (він тривав 8 місяців) була практична реалізація заходів і занять календарно-тематичного плану, зміст яких відповідав організаційно-педагогічним умовам.

Календарно-тематичний план роботи з формування професійно-етичної культури вихователя ДНЗ

Організаційно-педагогічні умови	**Реалізація організаційно-педагогічних умов** (теми освітніх заходів, спеціальних занять та форми проведення)	**Терміни проведення**
Перша умова	Формування у вихователів усвідомленого розуміння сутності професійно-етичної культури, її значущості у професійній діяльності, набуття досвіду етичної поведінки через систему освітніх заходів та спеціальних практичних занять.	
Ціннісно-мотиваційний компонент професійно етичної культури	Лекція-діалог «Педагогічні цінності вихователя дошкільного навчального закладу» Презентація усвідомленого професійного вибору «Я – вихователь і цим пишаюсь».	Лютий, 2017 Квітень, 2017

вихователя		
Когнітивний компонент професійно-етичної культури вихователя	Стендова лекція «Етичні знання як передумова становлення моральної свідомості вихователя ДНЗ» Педагогічна дискусія «Етична поведінка вихователя: яка вона?» Стендова консультація «Педагогічна мораль: сутність і функції» Групова консультація «Педагогічний такт як компонент професійно-етичної культури вихователя» Семінар-практикум «Етика педагогічного спілкування»	Березень, 2017 Травень, 2017 Червень, 2017 Липень, 2017 Серпень, 2017
Особистісно-поведінковий компонент професійно-етичної культури вихователя	Психолого-педагогічний тренінг «Професійно-етична культура вихователя» Ділова гра «Культура професійних взаємин»	Липень, 2017 Вересень, 2017
Друга умова	Розробка та запровадження в дошкільному навчальному закладі дії «Кодексу професійної етики вихователів», організація їхньої професійної діяльності за визначеними у ньому правилами.	Лютий-жовтень, 2017
Третя умова	Розробка та виконання індивідуальних програм особистісного самовдосконалення професійно-етичної культури вихователя.	Лютий-жовтень, 2017

В організації експериментальної роботи ми дотримувалися принципу послідовності у проведені теоретичних і практичних занять, реалізуючи таким чином компетентнісний і діяльнісний підходи.

Друга організаційно-педагогічна умова, а саме: запровадження в дошкільному навчальному закладі дії «Кодексу професійної етики вихователів», організація їхньої професійної діяльності за визначеними у ньому правилами, передбачала розробку Кодексу, публічне його обговорення з вихователями, прийняття до виконання встановлених етичних норм і правил. При підготовці «Кодексу професійної етики вихователів» ми виходили із розуміння кодексу як сукупності зведених правил і принципів педагогічної етики і професійної поведінки вихователя, який регулює систему міжособистісних відношень в педагогічному процесі ДНЗ. Кодекс визначає сукупність етичних вимог, які випливають із принципів педагогічної моралі, ключовими нормами якого є професійний обов'язок вихователя, педагогічна справедливість, педагогічна честь і педагогічний авторитет. Головне призначення «Кодексу професійної етики вихователів» ми вбачали в наступному:

1. Встановлення етичних норм і правил поведінки вихователів для виконання ними своєї професійної діяльності.
2. Бездоганне виконання вихователями своїх професійних обов'язків.
3. Забезпечення в педагогічному процесі ДНЗ моральної відповідальності кожного вихователя за виховання маленького громадянина нашої держави.
4. Визначення особистої позиції вихователя в професійній діяльності як громадянина України.

Третя організаційно-педагогічна умова передбачала розробку індивідуальних програм особистісного самовдосконалення професійно-етичної культури вихователя. Вихователям було рекомендовано структурувати індивідуальну програму самовдосконалення своєї професійно-етичної культури за визначеними компонентами, з урахуванням власних потреб. Як приклад, наведемо зміст однієї з таких програм.

Індивідуальна програма особистісного самовдосконалення професійно-етичної культури вихователя З.

1. Розширити свої теоретичні знання про педагогічні цінності в професії вихователя. Скласти перелік літератури за даною темою, прочитати її, записати корисні думки.
2. Написати рефлексивний роздум «Чи є досконалою моя професійна поведінка?», осмислити свої думки.
3. Розширити свої теоретичні знання про педагогічний такт. Вчитися проявляти у стосунках з дітьми почуття міри у застосуванні педагогічного впливу.
4. Зібрати пізнавальну інформацію про педагогічну рефлексію, опанувати декількома техніками.
5. Скласти 5 «не можна» у взаєминах з представниками адміністрації ДНЗ.

Апробація в процесі експериментальної роботи організаційно-педагогічних умов формування професійно-етичної культури вихователів довела їхню педагогічну доцільність і ефективність. Про це переконливо свідчить встановлене на контрольному етапі дослідження збільшення кількості вихователів із високим та достатнім рівнем й відсутністю низького рівня сформованості професійно-етичної культури вихователя.

Література

1. Косенко Ю. М. Основи педагогічної майстерності вихователя. Навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності «Дошкільна освіта». 2-ге видання, доповнене. – Маріуполь: ТОВ «Друкарня «Новий світ», 2014. – 360 с.
2. Овчинникова К. Р. Педагогическое моделирование как современная технология исследования процесса информатизации образования / К. Р. Овчинникова [Електронный ресурс] Режим доступа: https: //cuberleninka.ru/article/n/pedagogicheskoe-modelirovanie-kak-sovremennaya-tehnologiya-issledovaniya-protsessa-informatizatsii-obrasovaniya.

УДК 373.2.011.3/51:005.963 **Камишанська В.І.**

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ ВИХОВАТЕЛІВ ДНЗ ДО ОСОБИСТІСНО ОРІЄНТОВАНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ДОШКІЛЬНИКАМИ

За результатами здійсненої нами теоретичної розвідки, особистісно орієнтовану взаємодію ми розглядаємо як прояв демократичного стилю діяльності вихователя з позитивно стійким ставленням до дітей, що має гуманістичну спрямованість, ціннісну орієнтацію на дитину, її особистісно-індивідуальний розвиток. До такої діяльності вихователь дошкільного навчального закладу має бути готовим й постійно саморозвиватися в означеному напрямі педагогічної роботи.

Готовність вихователя до особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії, за результатами нашого наукового пошуку, є структурованим особистісним утворенням, яке інтегрує в собі декілька компонентів. Їх ми визначили такими: мотиваційно-ціннісний, пізнавально-когнітивний, діяльнісно-поведінковий та рефлексивно-регулятивний.

Проведений констатувальний експеримент, дозволив встановити не лише вихідні показники досліджуваної готовності, а й отримати важливий фактичний матеріал, який став підгрунттям для визначення на гіпотетичному рівні організаційно-педагогічних умов, котрі б сприяли подальшому формуванню кожного компонента готовності вихователів до педагогічної взаємодії з дітьми зокрема й готовності в цілому. Така професійна якість вихователя необхідна для реалізації особистісно орієнтованої моделі дошкільної освіти в практиці роботи ДНЗ. Ми дійшли висновку, що вихователі потребують системної і послідовної освітньої роботи за програмою, зміст якої сприяв б усвідомленому розумінню сутності особистісно орієнтованої взаємодії, її значення для забезпечення особистісного розвитку кожної дитини, яка відвідує дошкільний навчальний заклад. Освітня робота з вихователями, на нашу думку, має бути

спрямована на розширення й поглиблення їхніх професійних знань про: педагогічні цінності професійної діяльності вихователя ДНЗ; педагогіку добра, довіри, взаєморозуміння і толерантності; навчально-дисциплінарну і особистісно орієнтовану модель дошкільної освіти, їх суттєві відмінності; стилі педагогічної діяльності та стилі ставлення вихователя до дітей; особистісні психологічні особливості дітей дошкільних груп ДНЗ; педагогічні здібності вихователя, особливості їх трансформації в педагогічні уміння; психолологічні особливості дитини дошкільного віку, типи темпераментів, сутнісні характеристики, особливості прояву та особливості педагогічної взаємодії вихователя з дітьми різних типів темпераменту і характеру; педагогічне спілкування як інструмент педагогічної взаємодії; особисті якості вихователя, що сприяють забезпеченю особистісно орієнтованої взаємодії з дітьми на гуманістичних засадах; особистісну і професійну рефлексію, способи психічної саморегуляції, їх значення у професійній діяльності вихователя.

Формування професійної компетентності вихователів із означеного кола питань, з нашого погляду, може здійснюватися через систему спеціально організованих освітніх заходів, які передбачають використання різноманітних форм роботи. Наш дослідницький пошук на констатувальному етапі показав, що педагогам необхідні і спеціальні практичні заняття у формі практикумів, психолого-педагогічних тренінгів, ділових ігор тощо, які б забезпечували набуття ними практичного досвіду педагогічної взаємодії. До цього процесу повинен долучитися і сам вихователь, визначивши свій особистий вектор професійного саморозвитку у цьому напрямі, виходячи із власних професійних потреб.

Отже, проведення констатувального етапу педагогічного експерименту дозволило виявити, що для забезпечення ефективної особистісно орієнтованої взаємодії вихователів з дітьми дошкільного віку в цілісному педагогічному процесі ДНЗ необхідна цілеспрямована та систематична робота. Задля цього мають бути створені спеціальні організаційно-педагогічні умови, а саме:

1. Проведення в ДНЗ спеціальних освітніх заходів з метою формування у вихователів усвідомленого розуміння сутності особистісно-орієнтованої взаємодії з дошкільниками та її значущості для забезпечення особистісно орієнтованої дошкільної освіти.
2. Впровадження в практику роботи з педагогічними кадрами в ДНЗ спеціальних практичних занять з метою формування умінь вихователів в організації особистісно-орієнтованої педагогічної взаємодії з дошкільниками, набуття досвіду педагогічної рефлексії.
3. Визначення кожним вихователем власного вектора професійного розвитку з питань особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії з дошкільниками.

Звернення до методу педагогічного моделювання дозволило нам розробити експериментальну модель реалізації організаційно-педагогічних умов з формування готовності вихователів до особистісно-орієнтованої взаємодії з дошкільниками. Ця структурно-логічна схема стала для нас своєрідним навігатором дослідницької роботи, що мав за мету розкрити механізм створення і реалізації організаційно-педагогічних умов формування готовності вихователів до особистісно орієнтованої взаємодії з дошкільниками. Згідно цієї схеми, мета дослідження прогнозує очікуваний результат – сформованість готовності вихователів до особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії з дошкільниками.

Провідна ідея – особистісно орієнтована педагогічна взаємодія вихователя з дошкільниками – шлях до забезпечення особистісно-орієнтованої дошкільної освіти. Її практична реалізація стає можливою, якщо в процесі експериментальної роботи керуватися принципами цілеспрямованості, інтегративності, комплексності, послідовності і систематичності та визнавати засадовими компонентнісний, аксіологічний, гуманістичний, діяльнісний, особистісний, індивідуальний підходи. Апробація, визначених нами, організаційно-педагогічних умов була прикметна спрямованістю експериментальної роботи на компоненти готовності вихователів до особистісно орієнтованої взаємодії: мотиваційно-ціннісний, пізнавально-когнітивний, діяльнісно-поведінковий, рефлексивно-діяльнісний.

Дослідницька робота з педагогічними кадрами в експериментальному ДНЗ здійснювалася у «Лабораторії безперервних покращень». Її головна функція – генерувати такі

пропозиції педагогічної роботи з вихователями, які покращать їхню особистісно орієнтовану взаємодію з дошкільниками. Діяльність лабораторії передбачала: 1) організацію спеціальних освітніх заходів, завданням яких було розширити та поглибити знання вихователів про зміст кожного із компонентів їхньої готовності до особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії й таким чином сформувати у них усвідомлене розуміння сутності означеної готовності в професійній діяльності; 2) проведення циклу спеціальних тренінгів та ділових ігор з метою набуття педагогами практичних умінь і навичок педагогічної взаємодії у вимірах усіх компонентів готовності; 3) визначення кожним вихователем власного індивідуального вектора особистісного самовдосконалення з питань особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії з дошкільниками. Педагогічна робота здійснювалася за поданим нижче календарно-тематичним планом.

«ЛАБОРАТОРІЯ БЕЗПЕРЕРВНИХ ПОКРАЩЕНЬ»

(календарно-тематичний план роботи)

Компоненти готовності як напрями діяльності	**Теми освітніх заходів, спеціальних занять та форми проведення**	**Консультант**	**Календар. Термін (2017)**
Мотиваційно-діяльнісний	1. Ціннісні орієнтації в професійній діяльності вихователя: які вони? (бесіда-діалог). Ціннісні орієнтації (тестування – методика Мілтона Рокича) 2. «Я – вихователь і це моє покликання!» (презентація вихователями свого професійного вибору). 3.Розкажи про дитину, щоб ми її побачили (створення вихователями словесних портретів своїх вихованців).		Січень січень лютий
Пізнавально-когнітивний	1.Суб'єкт-об'єктивна чи суб'єкт суб'єктивна педагогічна взаємодія: де золота середина? (педагогічний діалог за круглим столом). 2. Особистісно орієнтована педагогічна взаємодія вихователя з дітьми: корисні поради (стендова консультація). 3. Майстерність педагогічної взаємодії або мистецтво бути вихователем (лекція з медіа-презентацією). 4. Професійна рефлексія як умова продуктивної діяльності вихователя (лекція з медіа-презентацією). 5. Індивідуально-типологічні особливості дошкільника (групова консультація). 6.Умови ефективного педагогічного спілкування вихователя (стендова консультація). 7.Правила вихователю для особистісно орієнтованої взаємодії з дошкільниками (стендова консультація)	Практичний психолог Практичний психолог	лютий березень березень квітень травень червень серпень
Поведінково-діяльнісний	1. Стиль педагогічного спілкування вихователя з дітьми (діагностика та консультування) 2. Щоб спілкування і взаємодія були радісними (ділова гра за рекомендаціями Р.С.Буре та Л.Ф.Островської)	Практичний психолог	травень червень

	3.Педагогіка добра, розуміння і довіри (педагогічний практикум).		серпень
Рефлексивно-регулятивний	1. Педагогічна рефлексія. Що про неї треба знати вихователю? (групова консультація). 2. Розвиваємо педагогічну рефлексію (тренінгові заняття) 3. Хто Я? Пізнаємо свій темперамент і характер (психологічний тренінг). 4. Визначення рівня емпатійних здібностей вихователя (тест-опитувальник на емпатію В. В. Бойко). 5. Вчимося регулювати свій емоційний стан та управляти своєю поведінкою (тренінгові заняття).	Практичний психолог Практичний психолог Практичний психолог Практичний психолог Практичний психолог	квітень квітень травень липень липень

Відповідно до розробленого календарно-тематичного плану було визначено логічну послідовність здійснюваної нами експериментальної роботи з педагогічними кадрами.

Робота «Лабораторії безперервних покращень» включала реалізацію третьої організаційно-педагогічної умови, а саме: визначення кожним вихователем власного вектора професійного самовдосконалення з питань особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії з дошкільниками. Їх ми представляємо нижче.

	Учасники експерименту	**Індивідуальний вектор**
1	Вихователь А	Цінності дошкільного дитинства
2	Вихователь Б	Педагогічна рефлексія
3	Вихователь В	Індивідуальні особливості фізичного і психічного розвитку дитини
4	Вихователь Г	Дитячі прояви агресії: як діяти?
5	Вихователь Д	Індивідуалізація пізнавальної діяльності дошкільників
6	Вихователь Е	Культура педагогічного спілкування
7	Вихователь Ж	Психологічне здоров’я дитини дошкільного віку: що про нього треба знати?
8	Вихователь З	Вередлива дитина: способи впливу та взаємодії
9	Вихователь И	Психічна саморегуляція
10	Вихователь К	Сором’язливі діти: як з ними взаємодіяти?
11	Вихователь Л	Дитяча впертість: як діяти?
12	Вихователь М	Гіперактивний дошкільник: особливості педагогічної взаємодії

У відповідності до визначених індивідуальних векторів самовдосконалення з питань особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії, вихователі планували й організовували свою самоосвіту в період формуючого експерименту. Це була робота з науковою і методичною літературою, періодичними фаховими виданнями, інтернет-ресурсом для розширення своєї професійної компетентності. За результатом такої роботи педагоги формували скриньку корисних порад, настанов, рекомендацій. Таким чином було сформовано банк цікавих педагогічних пропозицій «Лабораторії безперервних покращень», яким у подальшому міг скористатися кожен вихователь.

Експериментальна апробація організаційно-педагогічних умов формування готовності вихователів до особистісно орієнтованої взаємодії з дошкільниками довела їх педагогічну ефективність. Про це переконливо свідчить встановлене на контрольному етапі дослідження

збільшення кількості вихователів із високим та достатнім й відсутністю низького рівнів сформованої готовності вихователя.

Література

1. Косенко Ю. М. Основи педагогічної майстерності вихователя. Навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності «Дошкільна освіта». 2-ге видання, доповнене. – Маріуполь: ТОВ «Друкарня «Новий світ», 2014. – 360 с.
2. Овчинникова К. Р. Педагогическое моделирование как современная технология исследования процесса информатизации образования / К. Р. Овчинникова [Електронный ресурс] - Режим доступа: https: //cuberleninka.ru/article/n/pedagogicheskoe-modelirovanie-kak-sovremennaya-tehnologiya-issledovaniya-protsessa-informatizatsii-obrasovaniya.

УДК 373.2.015.31:7 **Денищик Н.С.**

ЕСТЕТИЧНЕ ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ МУЗИЧНО-ХОРЕОГРАФІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Необхідними умовами формування сучасної гармонійно розвиненої людини є багатство її внутрішньої духовної культури, яка, у свою чергу, у значній мірі залежить від естетичного розвитку. Формувати особу і естетичну культуру особливо важливо в найбільш сприятливому для цього старшому дошкільному віці.

Конкретні дослідження вказаної проблеми проводились у різних напрямках, які торкались розвитку естетичних здібностей особистості: філософському (А. Арнольдов, Л. Баткін, Д. Джола тощо), психологічному (Б. Ананьєв, Л. Виготський, В. Давидов, І. Кон), педагогічному (М. Верба, А. Мелик-Пашаєва, Т. Танько, А. Шевчук,). Багато наукових праць (В. Ворожбіт, Н. Ветлугіна, Є. Ігнатов) присвячено використанню засобів різних видів мистецтва з метою формування естетичних здібностей особистості. Проблеми удосконалення навчально-виховного процесу засобами окремих видів народного мистецтва розглядадися в працях Є. Антоновича, Я. Запаско, Т. Турсунова.

Одним із ефективних засобів естетичного розвитку дітей старшого дошкільного віку є музично-хореографічна діяльність.

Позитивний досвід, який доводить безпосередній взаємозв’язок занять хореографією та співами з естетичним вихованням, накопичений в дослідженнях педагогів і діячів мистецтв: Є. Васильєвої, Н. Ветлугіної, І. Моїсеєвої, А. Шевчук, тощо.

Проте, хореографічно-музичне мистецтво як комплексний вид діяльності, об’єднуючий рух під музику відповідно до ритму, темпу, та їх характеру як засобів естетичного виховання особистості представлені недостатньо.

Актуальність даної проблеми, її значимість для педагогічної теорії та практики зумовили вибір теми дослідження: «Естетичне виховання дітей старшого дошкільного віку засобами музично-хореографічної діяльності».

Метою нашого дослідження є теоретичне обґрунтування та експериментальна перевірка педагогічних умов організації хореографічно-музичної діяльності дітей, як засобу естетичного виховання старших дошкільників.

Мета дослідження обумовила наступні завдання:

- розкрити сутність естетичного виховання старших дошкільників, визначити його завдання;
- охарактеризувати музично-хореографічну діяльність дітей та обґрунтувати її потенціальні можливості як засобу естетичного розвитку старших дошкільників;
- виявити вплив музики та хореографії на естетичний розвиток старших дошкільників.

Вивчаючи різні українські програми виховання дошкільників, ми звернули увагу на те, що там не виділяється естетичний розвиток, як окремий розділ виховання дітей, усі завдання

естетичного розвитку дошкільників виступають більше, як супроводжуючі в завданнях інших розділів. Опираючись на ці програми, ми виокремили такі завдання естетичного виховання дітей старшого дошкільного віку:

- формування гармонійної особистості;
- розвиток в людині здатності бачити і цінувати прекрасне;
- закладка ідеалів прекрасного і вироблення естетичних смаків;
- спонукання до розвитку творчих здібностей.

Важливість мистецтва в естетичному вихованні поза сумнівом, так як воно є власне його суттю. Особливість мистецтва як засобу виховання полягає в тому, що в мистецтві «згущений, сконцентрований творчий досвід людини, духовне багатство». Його зміст має охоплювати вивчення і залучення дітей до різних видів і жанрів мистецтва – музики, хореографії, образотворчого мистецтва. Істотною стороною естетичного виховання є також пізнання прекрасного в житті, в природі, в моральному образі та поведінці людини [1, с.12].

У ході теоретичного дослідження з'ясовано, що в процесі здійснення будь-якого виду музично-хореографічної діяльності у дошкільників розвиваються естетичні смак і почуття (С. Науменко, Б. Теплов та інші). В музично-руховій діяльності розвивається весь комплекс музикальності та її особливості більш сприятливі для розвитку у дітей таких її показників як емоційний відгук на музику, чуття музичного ритму, відчуття й розрізнення характеру і жанру музичного твору (як прояви музичного мислення), творча уява (К. Тарасова) [2]. Разом з тим у дітей розвиваються спеціальні здібності музично-рухового виконавства – репродуктивного і творчого, що в свою чергу сприяє підвищенню рівня естетичного виховання старших дошкільників (Н. Ветлугіна та інші).

За Н. Ветлугіною, одним з яскравих засобів естетичного виховання є музика. Але, як зазначала педагог, щоб вона виконала цю важливу функцію, треба розвивати у дитини загальну музикальність. Тож, вважаємо за необхідне, перелічити основні ознаки загальної музикальності дитини:

- здатність відчувати характер, настрій музичного твору, співпереживати почутому, проявляти емоційне ставлення, розуміти музичний образ;
- здатність прислухатися, порівнювати, оцінювати найбільш яскраві і зрозумілі музичні явища;
- прояв творчого відношення до музики (слухаючи музику, дитина по-своєму представляє художній образ, передаючи його в співі, грі, танці) [3, с. 9].

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що з розвитком загальної музикальності у дітей з'являється емоційне ставлення до музики, вдосконалюється слух, народжується творча уява. Переживання дітей набувають своєрідну естетичну забарвленість.

Проаналізувавши роботи А. Шевчук, хочемо зазначити педагогічні умови, що виділяє педагог і від яких залежить естетичний розвиток старших дошкільників, а саме: використання основних видів музично-хореографічної діяльності – гра, хоровод, танець, вправа, етюд; залучення дітей до музично-хореографічного репертуару репродуктивної та продуктивної спрямованості; формування у дітей навичок виконання пісень, музичних рухів і репертуару через ознайомлення з ними, розучування, закріплення [4, с. 49].

Отже, естетичне виховання – це організація життя і діяльності дітей, що сприяє розвитку естетичних почуттів дитини, формуванню уявлень і знань про прекрасне в житті і мистецтві, естетичних оцінок і естетичного ставлення до світу. Одним з найефективніших засобів естетичного розвитку старших дошкільників є музично-хореографічна діяльність дітей у її найрізноманітніших проявах (слухання музики, співи, танці, хороводи, музичні дидактичні та рухливі ігри, етюди і т.д.).

Література

1. Бочкарьова О. А. Система роботи по художньо-естетичному вихованню. Підготовча группа / О. А. Бочкарьова. – Волгоград: Корифей, 2007. – 96 с.
2. Тарасова К. В. Характеристика системи музичного виховання [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: http://lektsii.com/2-4131.html
3. Ветлугіна Н. О. Методика музичного виховання в дитячому садку: посіб. для учнів пед. уч. за спец. 03.08. «Дошкільне виховання » / Н. О. Ветлугіна, І. Л. Дзержинська, Л. Н. Коміссарова та ін.; Під ред. Н. О. Ветлугіной. – 3-е вид., випр. і доп. – М.: Просвіта, 1989. – 270 с.
4. Шевчук А. С. Розвиток дошкільнят в музично-руховій діяльності: навч.-метод. посібник / А. С. Шевчук. – К.: Шкільний світ, 2006. – 128 с.

УДК 373.2.016:81 **Бусько О.О.**

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ МОВНОГО ЕТИКЕТУ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Однією з провідних якостей вихованої особистості, безсумнівно, є культура поведінки. Це сукупність сформованих, соціально значущих якостей особистості, повсякденних вчинків людини в суспільстві, заснованих на нормах моралі, етики, естетичної культури. Культурна людина знаходить не тільки правильну форму поведінки в певній ситуації, але і вміє орієнтуватися в нових для неї обставинах.

На сучасному етапі розвитку людства відзначається зниження культурно-морального рівня молоді, що обумовлює необхідність пошуку нових підходів і шляхів формування культури поведінки, особливо в контексті загальнолюдських цінностей і норм моралі.

До проблеми дослідження мовного етикету у дорослих і дітей зверталися такі вчені, як А.Богуш, Н. Формановська, І.Курочкіна, Н.Гавриш та інші. Вони розглядали мовний етикет не тільки як систему вербальних одиниць, але і як формули хорошого тону, що забезпечують комфорт у спілкуванні і сприянні встановленню доброзичливих взаємин.

Мовний етикет в педагогіці розглядається як культура спілкування дітей з дорослими та однолітками, яка передбачає сформованість у дитини вміння поважати оточуючих, враховувати їх думку і бажання, знання ввічливих правил спілкування з дорослими і однолітками.

Формування мовної етикетної поведінки дітей дошкільного віку відбувається постійно, в будь-яких організаційних формах, будь то заняття, ігри, бесіди, режимні моменти, в реальному житті і в спеціально створених ситуаціях.

Мовний етикет, так чи інакше, прив'язується до мовленнєвої компетенції. А. Богуш під мовленнєвою компетенцією розуміє вміння адекватно й доречно практично користуватися мовою в конкретних ситуаціях (висловлювати свої думки, бажання, наміри, прохання тощо), використовувати для цього як мовні, так і позамовні (міміка, жести, рухи) та інтонаційні засоби виразності мовлення.

Проблема формування мовного етикету орієнтована на дітей старшого дошкільного віку, оскільки саме в цей віковий період закладається фундамент моральних принципів, активно розвивається емоційна сфера особистості, формується продуктивний досвід повсякденної комунікації. Дані процеси відбуваються на основі оволодіння словниковим складом літературної мови та її використання в практиці мовленнєвого спілкування з дорослими і однолітками.

У своїй роботі А.Богуш вказує, що у словнику дітей старшого дошкільного віку налічується 2500 – 3000 тисяч слів; словник збільшується упродовж року швидкими темпами. Дитина вживає в активному мовленні всі частини мови. Помітно збільшується кількість абстрактних понять, що характеризують взаємовідносини (хоробрість, ввічливість, дружба, гостинність), узагальнених понять (речі, тваринний світ, транспорт, засоби пересування). Діти легко добирають антоніми і синоніми, з інтересом виконують різні вправи зі словами (добирають ознаки предмета, властивості, якості, дії і, навпаки, за ознаками, якостями

впізнають предмет). Починають розуміти і правильно пояснювати слова-омоніми, переносне значення слів. Користуються образними виразами, порівняннями. Знають прислів'я, фразеологізми, вживають їх у нестимульованому мовленні. У динаміці лексичного розвитку дітей 6-го року життя виокремлюють два аспекти: перший – кількісна зміна лексичного запасу дітей і другий – оволодіння значенням слова, тобто якісний розвиток словника [1].

На думку Н.І.Формановскої, опановуючи мовним етикетом, сформованим в рідній мові, дошкільник повинен засвоїти:

- різноманітні формули мовного етикету по кожній типовій ситуації спілкування і вміння вибірково ними користуватися, співвідносячи з ситуаціями спілкування та особливостями співрозмовника;
- доступні способи «розгортання» важливих формул;
- вміння вимовляти їх доброзичливо, підкреслюючи ввічливість мімікою і іншими немовними засобами.

Необхідність розвитку мовного етикету у дітей старшого дошкільного віку, на думку Н.Формановської, обумовлена: по-перше тим, що вони часто зустрічаються в спілкуванні дошкільнят, але дітей не вчать використовувати формули мовного етикету, які обслуговують типові ситуації; по-друге, засвоєння правил мовного етикету в таких ситуаціях сприятливо для встановлення дружніх контактів дітей.

Таким чином, зміст процесу розвитку мовного етикету включає в себе:

- озброєння знаннями основних правил мовного етикету і їх практичним застосуванням в нових умовах;
- розвиток вільного спілкування дошкільнят з однолітками і дорослими;
- розвиток логічної і послідовної мови;
- стимулювання у дітей бажання спілкуватися з однолітками і дорослими [2].

І. Курочкіна вважає, що навчати дітей правилам мовного етикету потрібно постійно : «Ми навчаємо на занятті з етикету, закріплюємо в житті і стежимо за тим, щоб дитина завжди дотримувала засвоєні правила».

Навчання повинно проводитися по циклу, який складається з чотирьох стадій:

1. Перша стадія. Ми даємо дітям знання правила.
2. Друга стадія. Ми пояснюємо, навіщо треба дотримуватися цього правила.
3. Третя стадія. На цій стадії ми надаємо дошкільнятам можливість дотримання правила.
4. Четверта стадія. Ми контролюємо емоціональний фон дотримання правила.

Але також, І. Курочкіна наполягає на тому, що слід враховувати умови, при яких оволодіння дошкільником основними правилами мовного етикету буде ефективним, що дає позитивний результат [3].

У педагогічній літературі пропонуються різні засоби і методи формування мовного етикету у дітей старшого дошкільного віку, в тому числі і художнє слово.

У дослідженнях Н.Гавриш вказується на роль художньої літератури в процесі виховання і навчання, вона зазначає, що література є засобом розумового, морального, естетичного виховання поведінки.

Автор обґрунтовує тезу про те, що для формування у дітей розуміння і усвідомленого ставлення до правил мовного етикету важливо використовувати художню літературу. Однак, як підкреслюють науковці, методика використання художньої літератури з цією метою в теорії і практиці розкрито явно недостатньо [4].

Отже, предметом нашого дослідження є визначення змісту і психолого-педагогічних умов формування мовного етикету у дітей старшого дошкільного віку засобом художньої літератури.

Література

1. Богуш А.М. Мовленнєвий розвиток дітей від народження до семи років: монографія / А.М. Богуш. - К.: Вид. Дім «Слово», 2004. - 376 с.

2. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения / Н.И.Формановская. - М.: Высшая школа, 1989. — 159 с.
3. Курочкина И.Н. Этикет для детей и взрослых: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / И.Н.Курочкина. — М.: Академия, 2001. — 256 с.
4. Гавриш Н. Розвиток зв'язного мовлення дошкільнят / Н.В. Гавриш. - К.: Шкільний світ, 2006. - 119 с.

УДК 373.2.015.311 **Носенко Т.С.**

ПІЗНАВАЛЬНА АКТИВНІСТЬ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Сучасна модель особистісно-орієнтованої дошкільної освіти, в основному, зводиться до визначення індивідуальних особливостей дошкільників в пізнавальної діяльності, визначенню рівня їх пізнавальної активності. Значний внесок у розробку проблеми розвитку пізнавальної активності зробили В. Котирло, Т. Дуткевич, С. Ладивір. З. Міхайлова, М. Поддьяков, О. Проскура та ін. Розкриваючи сутність пізнавальної активності, дослідники виділяють різні способи і засоби її ефективного формування (І. Лернер, А. Савченко, Л. Орлова та ін.). Важливе значення в цій проблемі приділяється різноманітності і поєднанню ігрових методів навчання (Л. Артемова, Ю. Бабанський, О.Фунтікова, К.Щербакова та ін.).

Дослідженням шляхів формування пізнавальної діяльності дітей, розвитком їхньої активності у освітньому процесі зайняті вчені і практики системи дошкільної освіти. У вітчизняній і зарубіжній психолого-педагогічній літературі існує чимало робіт, де розглядаються питання активізації навчання. Психологічні аспекти цієї проблеми висвітлені у роботах Б.Г. Анаьєва, Д.Б. Богоявленської, Л.С.Виготського, Л.В.Занкова, Г.С.Костюка, Н.О.Менчинської, В.О.Моляко та ін. Пізнавальна активність ними констатується за наявності вибіркового ставлення до об’єктів пізнання, мети, завдань навчання вона умотивована і проходить емоційно. Дослідники зосереджують увагу на єдності внутрішньої готовності особистості до інтелектуальної діяльності і інтенсивного прояву цієї активності у процесі навчання. Проблема пізнавальної активності розглядається з різних позицій. Зокрема, у зв’язку з дослідженням структури і динаміки пізнавальної діяльності у спілкуванні (О.М.Матюшкін, М.І.Лісіна та ін.), вивченням загально психологічних і вікових особливостей (Н.С.Антонюк, Р.Б. Басангова, Л.В.Буркова, Д.Б. Богоявленська, С.О.Голубева, Л.О.Закота, О.І. Крупнов, Б.Г.Кадирін, Н.С.Лейтес, О.К.Осницький та ін.).[2]

Значний внесок у розв’язання проблеми активізації навчання, формування пізнавальної самостійності, пізнавального інтересу у дітей дошкільного віку зробили В.К.Котирло, Т.В.Дуткевич, С.О.Ладивір, З.О.Михайлова, Н.Н.Поддьяков, О.В.Проскура та ін. Важливе значення у цій проблемі має питання удосконалення методів навчання (Л.В.Артемова, Ю.К.Бабанський, А.М. Богуш, О.О.Фунтікова, К.Й.Щербакова та ін.). Вибір методів формування пізнавальної активності, насамперед, впливає на формування знань, вмінь та навичок. Окремі педагоги (І.К.Гончаров, Л.Н.Скаткін, Н.О.Сорокін та ін.) послідовно розвивали ідею про особливу роль використання знань у процесі навчання. У свою чергу, вчені (Л.В.Занков, Н.О.Менчинська, О.О.Смирнов та ін.) розглядали застосування знань як активний процес, пов’язаний з аналізом, узагальненням засвоєного матеріалу дітьми. Надійною умовою міцного засвоєння знань є активність пізнання, яка як відмічає М.Н.Шардаков та інші, забезпечується адекватним вибором методів навчання.

Особливе значення аналіз проблеми пізнавальної активності має у розв’язанні практичних завдань навчання дітей. У сучасних психолого-педагогічних дослідженнях активність дитини виступає як необхідний фактор її розвитку. При цьому активність має різноманітні форми і види, різну спрямованість і ступінь прояву. Деякі дослідники розглядають внутрішню і зовнішню активність.

Суттєвий поштовх у розвитку психологічних уявлень про активність людини у діяльності дали розробки фізіологів (П.К.Анохін, Н.А.Бернштейн, І.С.Беріташвілі та ін.), які привели до дослідження такого аспекту проблеми, як суб'єктна активність (О.К.Осницький, В.Е. Чудновський та ін.). Аналіз численних досліджень свідчить про те, що зміст поняття «пізнавальна активність» змінюється у залежності від контексту дослідження. Орієнтація сучасної системи дошкільної освіти на формування творчої, креативної особистості обумовила просилену увагу дослідників до вихідних моментів пізнання: пізнавальним потребам, інтересам, допитливості. Ці процеси скриті, при цьому формування пізнавальної активності здійснюється не як навчання прийомам розв'язання завдань, а як виховання творчого мислення в умовах групового спілкування (Д.Б.Годовикова, Т.В.Дуткевич, С.Є. Кульчицька, М.І.Лісіна та ін.). [1]

Аналіз психологом-педагогічної літератури з проблеми пізнавальної активності засвідчив, що це поняття не має чіткого визначення у науці. Численні тлумачення пізнавальної активності дають основу для виникнення різних підходів до дослідження проблеми. Здійснене нами теоретичне осмислення проблеми дозволило обрати у якості базового, що відбиває суть даного поняття таке формулювання: пізнавальна активність – якість особистості, яка формується у діяльності, пов'язана з мобілізацією інтелектуальних, емоційно-вольових і фізичних сил на досягнення конкретних цілей навчання (О. Брежнєва, К. Щербакова).

Пізнавальна активність неоднорідна за своєю природою, що визначає шляхи її формування. На її стимуляцію спрямовані сучасні педагогічні засоби, методи і прийоми. Водночас у рівних умовах пізнавальна активність залежить від багатьох суб'єктивних факторів – наявного фонду знань, засобів засвоєння, практичного досвіду дитини, підходів до її перетворення. Тому важливим завданням для нашого дослідження стає подальше вивчення закономірностей розвитку пізнавальної активності у старшому дошкільному віці, розробка ігрових методів і прийомів її розвитку.[3]

Література

1.Гайдаржійская Л.П. Формування елементів математичних уявлень у дітей старшого дошкільного віку. Монографія / Л.П.Гайдаржійская.- Бердянськ, 2010.- 152 с.

2. Грама Г. П. Підготовка майбутнього вихователя до формування математичних уявлень у дошкільників / Г. П. Грама // Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університе-ту імені К. Д. Ушинського : зб. наук. праць. – Одеса : ПДПУ імені К. Д. Ушинського, 2007.– Вип. 1-2. – С. 111–117.

3.Даниленко Н. Розвиток пізнавальної активності у дітей старшого дошкільного віку //Управління школою. – 2005. - №22-24. – С. 15-19

УДК 373.2.015.311 **Савченко О.В.**

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ СПОСТЕРЕЖЛИВОСТІ ЯК БАЗОВОЇ ЯКОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

В умовах модернізації дошкільної освіти головним завданням є виховання гармонійної, всебічно розвиненої особистості. Саме тому необхідно в дошкільному віці сформувати основні вміння і навички, базові особистісні якості, які необхідні для формування у дитини цілісної картини світу. Базові якості особистості є найважливішими для особистісного зростання людини, тому що на них ґрунтується фундамент особистісної культури дитини дошкільного віку. У структурі особистості старшого дошкільника серед якостей, що формуються в цей період, виділяється спостережливість, яка визначається умінням зосереджено спостерігати за предметами, об'єктами і явищами навколишнього світу, виділяти їх істотні, характерні і малопомітні ознак, досліджувати об'єкти з незвичної сторони та ін. Крім того, дитяча спостережливість обумовлює поступове становлення більш складних і розвинених форм розумової діяльності, операцій логічного мислення,як аналіз, синтез, класифікація, серіація тощо [1, с. 6].

У психолого-педагогічних дослідженнях останніх років питання формування базових якостей особистості дитини, шляхів педагогічного впливу на їх розвиток висвітлюється достатньо широко. Так, вченими досліджувались питання формування вольових якостей дітей (Л. М. Божович, К. Муздибаєв, Л. Орбан-Лембрик та ін.); формування почуття відповідальності та самостійності у дітей дошкільного віку (І.Д. Бех, Т. Гурлєва, М.В. Савчин, О. Семенкова, Т.С. Фасолько, О.І. Шилова та ін.).

Водночас, проблема розвитку спостережливості, як базової особистісної якості старших дошкільників не набула цілісного відображення в наукових працях вчених. Вимагають подальшої деталізації питання визначення оптимальних педагогічних умов, що забезпечують ефективне становлення спостережливості у дітей старшого дошкільного віку. Саме цим обумовлений вибір теми нашого дослідження є: **«Розвиток спостережливості як базової якості дитини старшого дошкільного віку»**.

Метою нашого дослідження є теоретичне обґрунтування та експериментальна перевірка організаційно-педагогічних умов розвитку спостережливості як базової якості дитини старшого дошкільного віку.

Мета дослідження обумовила наступні завдання:

1. Здійснити аналіз психолого-педагогічної, методичної літератури з проблеми формування базових особистісних якостей у дошкільників. Розкрити сутність ключового поняття «спостережливість».
2. Розробити показники, критерії та визначити рівні розвитку спостережливості у старших дошкільників в практиці роботи закладів дошкільної освіти.
3. Розробити та експериментально перевірити організаційно-педагогічні умови формування спостережливості у дітей старшого дошкільного віку. Визначити методичний аспект розвитку спостережливості;
4. Узагальнити результати дослідження та визначити шляхи вдосконалення науково-методичної підготовки вихователів до реалізації завдань з формування у дошкільників спостережливості.

Об'єкт дослідження – процес формування базових якостей особистості дитини старшого дошкільного віку.

Предмет дослідження – організаційно-педагогічні умови формування спостережливості як базової якості особистості дітей старшого дошкільного віку.

На сьогоднішній день нами здійснено аналіз психолого-педагогічної літератури, у процесі якого встановлено, що на розвиток спостережливості у дітей дошкільного віку впливають різні види пізнавальної діяльності, заґрунтовані на процесах сприйняття і відображення: розглядання малюнків; бесіди по картинках з інтерпретацією їх сюжету (С.Рубінштейн, О. Запорожець, Г. Овсепян), дидактичні ігри, образотворча і музична діяльність, практичні дії з предметами, спеціально-організовані вихователем спостереження, праця у куточку природи, екскурсії як форми і засоби розвитку [2; 3].

Література

1. Гавриш Н. В. Виховуємо базові якості особистості старшого дошкільника в умовахДНЗ : методичний посібник / Г. Бєлєнька, Н. Гавриш, С. Васильєва,В. Маршицька, С. Нечай, Г. Орлова, О. Острянська, О. Полякова, В. Рагозіна, О. Рейпольська, Н. Шкляр ; за заг. ред. Н. Гавриш. – Х. : Мадрид, 2015. – 220 с.
2. Запорожець О. В. Психологія дії / О. В. Запорожець. – М.,Воронеж : МПСИ, МОДЕК, 2000. – 736 с.
3. Рубінштейн С. Л. Основи загальної психології / С. Л. Рубінштейн. – СПб: Пітер, 2000 – 712 с.

УДК 316.46 – 053.4 **Андрєєва Л.С.**

ЛІДЕРСТВО ЯК ЯКІСТЬ ОСОБИСТОСТІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Входження України в європейський економічний та освітній простір потребує модернізації національної системи освіти, якість та інтенсивність якої визначатиме швидкість цього процесу. Зміни концептуально-світоглядного ставлення до людини, усвідомлення цінності для суспільства окремої особистості, мають незворотній характер. Завдання побудови демократичного суспільства з високорозвиненою економікою об'єктивно зумовлюють потребу розвитку інтелектуального і творчого потенціалу нації, своєчасного виявлення і подальшого формування обдарованої особистості, виховання її лідерських якостей.

Останнім часом популярним стало говорити про лідера і лідерства. Лідерство – це риса важлива і необхідна. З її допомогою людина може добитися в житті набагато більше, ніж людина без такої риси. Лідерство проявляється у прагненні віддавати вказівки, керувати, в умінні добре стратегічно командувати. Поняття «лідерство» розглядається в психолого-педагогічній літературі як соціально-психологічний феномен, що відноситься до динамічних процесів в малій групі. Лідер визначається як високоавторитетна особистість, за якою група визнає право приймати відповідальні рішення в значущих для неї ситуаціях. Лідерство розглядається як відношення домінування і підпорядкування, впливу і спрямування, субординації, імперативності в системі міжособистісних відносин в групі; як здатність приймати відповідальні рішення, переконувати інших людей прагнути до певних цілей, визначати ціннісне поле розвитку; як процес мобілізації послідовників на досягнення результату в вибраному напрямку і як прийоми, що дозволяють привести послідовників до досягнення результату [1].

Актуальність зазначеної проблеми визначається вимогами до особистості, які диктує сучасне суспільство. Суспільству потрібна активна, конкурентоспроможна і цілеспрямована особистість. Фундамент такої особистості необхідно закласти вже в дошкільному віці, найсприятливішому періоді для її розвитку. Саме у старшому дошкільному віці доцільно велику увагу приділяти формуванню моральних якостей. Серед них особливе значення відводиться створенню умов для розвитку лідерського потенціалу (М. Ємельянова, Я. Коломинский, Ю. Левченко, Є. Панько) [3].

У зв'язку з цим, інтерес для дослідження представляє діяльність, у ході якої дитина проявлятиме активність, перебуваючи в суб'єкт-суб'єктній позиції. Цю умову забезпечує спеціально організована діяльність, стимулюючи активність дитини (Г. Лассуел, Б. Скіннер, У. Уайт)[2]. Притримуючись цих положень, метою нашого дослідження стало визначення комплексу педагогічних умов, що забезпечать ефективний розвиток лідерського потенціалу дітей старшого дошкільного віку.

З безлічі існуючих визначень поняття «лідер», ми виявили основні прикмети, якими може бути охарактеризувати цей феномен. Першою ознакою є належність до групи: лідер – саме член групи, він «всередині», а не «над» групою. Друга ознака – це положення у групі: лідер користується авторитетом, в нього високий статус.

Третя ознака – ціннісні орієнтації: норми і ціннісні орієнтації лідера й групи збігаються, лідер найповніше відбиває стан і висловлює інтереси групи. Четверта ознака – впливовість лідера на групу: вплив на поведінку і свідомість інших членів групи із боку лідера, організація та управління групою під час досягнення групових цілей. Отже, аналіз джерел, їх інтерпретація дозволили нам визначити основні ознаки понятть «лідерство» і «лідер».

У нашому розумінні, лідер-дошкільник − це насамперед активна, ініціативна особистість, яка здатна змінити зовнішню ситуацію і координувати діяльність інших, організувати і повести їх за собою. У дітей-лідерів розвинене прагнення виконувати найбільш активні ролі в іграх, бажання керувати діяльністю однолітків, давати вказівки. Між лідером і послідовниками-однолітками спостерігаються відносини співпраці, залежності, а іноді й суперництва. Однолітки прагнуть досягти дружніх, доброзичливих взаємин з лідером, для чого змушені займати підлегле, залежне від лідера становище, тобто схильні поступатися, погоджуватися з думкою лідера, враховувати його бажання, поблажливо ставитися до прояву грубості, до помилок. Діти, як правило, заздрять лідерам.

Розглянемо сутність особистісних рис, що складають лідерський потенціал, і їх значимість для лідера-дошкільника.

Сферу соціального розвитку лідерського потенціалу особистості дошкільника представляють наступні особистісні риси: комунікативні вміння, адаптивна поведінка, ініціатива і старанність, самостійність і самооцінка.

Спілкування дітей дошкільного віку трактується як комунікативна діяльність, природа якої аналогічна спілкуванню дорослих. У спілкуванні з однолітками дитина вчиться виражати себе, керувати іншими, вступати в різноманітні стосунки. Щоб ефективно спілкуватися, дитина повинна володіти цілим рядом умінь. Значимість формування комунікативних умінь, починаючи з дошкільного дитинства, вивчалася в контексті дослідження процесу становлення спілкування в ігровій, навчальній, трудовій діяльності, динаміки комунікативної діяльності дітей, готовності дитини до школи, природи взаємовідносин дошкільників з однолітками.

Наступна риса, яка характеризує соціальний розвиток особистості, - адаптивна поведінка. У поведінці проявляється особистість людини, особливості її характеру, темпераменту, її потреби, погляди, смаки, мотиви. Важливу роль в регулюванні поведінки грають емоції і почуття. Кожна людина відрізняється своєрідністю реакцій на дії навколишньої дійсності [1].

Основними стратегіями поведінки дітей в проблемних ситуаціях виступають: уникнення, пристосування, співробітництво, компроміс, загрози, суперництво, звернення за допомогою. Для лідера-дошкільника найбільш прийнятними стратегіями поведінки є компроміс, пристосування, співробітництво. Найменш − суперництво, уникнення, загроза, звернення за допомогою (ці стратегії вказують на власну безпорадність).

Показниками соціальної активності лідера виступають ініціатива і старанність. Ініціатива − самодіяльна участь людини в різних сферах соціального життя, коли вона самостійно бере на себе вирішення будь-якого завдання і виступає як її активний провідник у життя [2].

Наступна характеристика особистості лідера, співвідноситься з її поведінкою, - самостійність. Самостійність передбачає відповідальне ставлення людини до своєї поведінки, здатність діяти свідомо й ініціативно не тільки в знайомій обстановці, але і в нових умовах, в тому числі в ситуаціях, що вимагають прийняття нестандартних рішень [3].

Самостійність, як і багато інших особливостей поведінки людини, залежить від рівня самооцінки. Самооцінка − елемент самосвідомості, характеризується емоційно-насиченими оцінками самого себе як особистості, власних здібностей, моральних якостей і вчинків; важливий регулятор поведінки. Тим самим самооцінка впливає на ефективність діяльності дитини і рівень домагань. Дитині з адекватною високою самооцінкою притаманний високий рівень домагань, який характеризується наполегливим прагненням в різних видах діяльності робити і переробляти продукти своєї діяльності до відповідності найвищим особистим стандартам [3].

Аналіз досліджень, присвячених дитячому лідерству, показує, що в основу цього явища вчені ставлять найрізноманітніші особистісні характеристики: високий рівень прояву ініціативи і старанності, високій рівень розумового розвитку, організаторська активність в різних сферах групової життєдіяльності, успішність протікання спільної ігрової або конструктивної діяльності, здатність задовольняти комунікативну потребу ровесників, високий рівень розвитку моральних якостей особистості. В подальших дослідженнях слід приділити увагу вивченню механізмів прояву активності дитини і процесу розвитку лідерського потенціалу дітей, що має виключно важливе значення для пошуку ефективних шляхів і засобів, що сприяють становленню активності особистості, її самореалізації в теперішньому і майбутньому оточенні.

Література

1. Бендас Т.В. Психология лидерства: Учебное пособие / Т.В.Бендас. – СПб.: Питер, 2009. – 448 с.

2. Ємельянова М. Н. Погляд педагогів на розвиток лідерського потенціалу / М. Н. Ємельянова // Управління дошкільним освітнім закладом. – 2009.–№ 7.–С. 112–-123.

3. Левченко Ю. В. Формування лідерських якостей у дітей дошкільного віку/ Ю. В. Левченко // «Практична психологія та соціальна робота». –2013.–№ 8.– С.24–30.

УДК 373.2.015.31 – 027.22:793.7 **Ріскова П.А.**

СЮЖЕТНО-РОЛЬОВА ГРА ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ТВОРЧОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Творчість – це здатність створювати будь-яку принципово нову можливість. Вона вимагає розумової активності, інтелектуальних здібностей, вольових, емоційних рис і високої працездатності.

Творчість – суспільно-корисна, прогресивно спрямована перетворююча діяльність, в процесі якої створюються не тільки матеріальні і духовні цінності, але й здійснюється саморозвиток, самореалізація і самого суб'єкту творчості.

На думку Я. Пономорьова, у процесі творчості реалізуються творчі можливості індивідуальності, здійснюється їх розвиток. Творчі можливості реалізуються не тільки в спеціальній діяльності по створенню загальнокультурних цінностей, а й в самому процесі життя людини, самореалізації її як засобу самоутвердження через самовираження и саморозвиток. При цьому під творчим самовираженням розуміють здатність людини будувати внутрішній світ, своє світовідчуття самого себе в цьому світі. Так як провідним видом діяльності дітей дошкільного віку є гра, тому саме з її допомогою можна розвивати творчість.[1]

До проблеми дослідження творчості у сюжетно-рольовій грі зверталися такі вчені, як Д. Ельконін, Л. Артемова, Н.Кудикіна, Т.Поніманська та інші. Вони розглядали гру як творчу діяльність, а це означає, що в ній розвивається креативне мислення як здатність до творчості.

Н. Кудикіна вважає, що, гра, завдяки наслідуванню і перевтіленню, допомагає дитині у пізнанні предметного і соціального світу. Гра сприяє пізнанню різних видів людської діяльності, ставлень дорослих до праці і один до одного. Уявлення про соціальне середовище в подальшому справляють великий вплив на формування підростаючої особистості. Мислення дитини розвивається у процесі різних діяльностей, серед яких гра вирізняється тим, що активно сприяє переходу мислення на якісно нову сходинку. [2]

За визначенням Т. Поніманської, Г.Тарасенко та інших, гра розглядається як провідний вид діяльності дитини, в якій поєднуються риси, характерні для будь-якої соціальної діяльності (ціліспрямованість, усвідомленість, активна участь) та специфічні, притаманні лише грі(наявність творчої основи, обов’язкове почуття радості та задоволення, свобода і самостійність й самоорганізація дітей). [3]

Гра, як вид діяльності, спрямована на пізнання дитиною навколишнього світу шляхом активної співучасті у праці і повсякденному житті людей. У цьому полягає мета гри, хоча ні дитина, ні дорослий її навмисно не ставить. Ця мета зливається з мотивом гри, тому що єдиним спонуканням, яке направляє активність дитини на гру, є нестримне прагнення до пізнання і активній участі в житті та праці дорослих, з їх практичними діями і відносинами. Засобами розвитку змісту гри є:

- знання про людей, їх дії, взаємини, переживання, вираження в образах, мові, переживаннях і діях дитини;
- способи дії з певними предметами у певних життєвих обставинах;
- моральні оцінки й почуття, які виступають в судженнях про гарні і погані вчинки, про корисні і шкідливі дії людей.

У психолого-педагогічній літературі в якості компонентів структури гри називають ігрову дію, уявну ситуацію, сюжет і роль. Ці компоненти характеризуються, зокрема, функціональною взаємозумовленістю, тобто виступають не автономно, а в обов'язковій взаємодії і взаємозв'язку.

Провідним структурним компонентом сюжетно-рольової гри є роль. Роль, у найбільш загальному визначенні – ігрова позиція дитини, полягає в ототожненні себе їм або іншого учасника гри з яким-небудь персонажем уявній ситуації. Виконання ролі Д. Ельконін розглядає як основний мотив виникнення гри. З цієї точки роль – смисловий центр гри, згідно з яким оформляється ситуація і виконуються ігрові дії.

Д.Ельконін стверджував, що саме прийняття ролі вже є актом творчості, оскільки виступає як результат символічної функції уяви (дитина ототожнює себе з іншою людиною, реальні дії якого заміщують, і, отже, символізуються ігровими діями). [4]

Здатність реалізувати роль у грі припускає, що дитина старшого дошкільного віку володіє засобами «зображення» ролі, серед яких в психолого-педагогічних дослідженнях найчастіше називають мову, міміку, жестикуляцію, пластику, техніку виконання якихось дій. Особливо важливий словесний спосіб виконання ролі, коли словом позначаються дії, що виражаються думки і почуття, створюється нові епізоди сюжетних ігор.

Рольова поведінка завжди передбачає взаємодію, яке і складає гру. «Афективний характер» рольової поведінки означає, що така взаємодія носить яскраво виражене емоційне забарвлення. Вимагаються від дитини вміння адекватно реагувати на зміни на вході гри рольова поведінка партнера і встановлювати змістовні зв'язки своєї ролі з іншими, виявляються, насамперед, у своєрідному «Емоційному обміні», тобто саме емоції домінують у межах ігровому спілкуванні.

Як зауважує Л.Артемова, чим старше стають діти, чим вище рівень розвитку, тим цінніше гра для становлення самодіяльних форм поведінки, де з'являється можливість самим планувати сюжет або організовувати ігри з правилами, знаходити партнерів, вибирати засоби для реалізації своїх задумів. [5]

Таким чином, зміст та структура сюжетно-рольової гри надає змогу дитині старшого дошкільного віку можливість реалізувати його творчий потенціал, здатність до творчої уяви, фантазування, історичної правди та справжньої діяльності.

Література

1. Пономарьов Я. А. Психологія творчості та педагогіка / Я.А.Пономарьов. – Мб.:Педагогіка, 1976. – С. 81-87.
2. Кудикіна Н.В. Психологічні витоки педагогічної теорії ігрової діяльності [Электронний ресурс] / Н.В. Кудикіна // – http://eprints.zu.edu.ua/540/1/04knvtid.pdf
3. Тарасенко Г. С. Організація дитячої ігрової діяльності в контексті наступності дошкільної та початкової освіти. Навчально-методичний посібник / За ред. Г. С. Тарасенко. – К.: Видавничий дім «Слово», 2010. – 320с.
4. Ельконін Д. Б. Гра, її місце і роль в житті і розвитку дітей / Д.Б. Ельконін // Дошкільне виховання. – 1976. - №5. – С.74-88.
5. Артемова Л.В. Розвиток теорії та практики дитячої гри. Сторінки історії // Дошкільне виховання. – 2001. – №7.

УДК 159.922.7-053.4 **Літовчук К.В.**

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ САМООЦІНКИ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ У РУХЛИВИХ ІГРАХ

Важливість формування самооцінки дітей обумовлена тим, що на сучасному етапі розвитку нашого суспільства зростає роль суспільно значущої активності особистості, яка передбачає її високу свідомість і вимогливість як у ставленні до інших людей, так і до самої себе.

Вивченню самооцінки в дошкільному віці присвячені дослідження Л. Божович, Р. Бернса, О. Белоборикіной, М. Лісіна, А. Сильвестру, Е. Кравцової, Т. Репиной, Г. Урунтаевой та інших. Дані вчені описують динаміку розвитку самооцінки, механізми її формування на кожному віковому етапі, роль дорослих і однолітків у формуванні самооцінки. Під самооцінкою розуміють оцінку особистістю себе, своїх якостей і місця серед інших людей [1].

Методологічну основу дослідження склали положення сучасної психолого-педагогічної науки про формування самооцінки старших дошкільників (Н. Авдєєва, О. Белобрикіна, Л. Божович, Е. Костіцина, М. Лісіна, Л. Уманець) .

Насамперед, ігрова діяльність виступає як практика ставлення до партнера по грі з точки зору тієї чи іншої ролі, яку він вибирає. Однак, практика виховання дітей у дошкільних закладах свідчить про те, що багаті потенційні можливості для розвитку моральної самооцінки дитини, існуючі в грі, як правило, не реалізуються. А саме, без спеціального керівництва ігровою діяльністю між дітьми складаються такі оціночні відносини, які не сприяють формуванню самооцінки дитини на моральній основі. В результаті цього і виникає, як підкреслював у своїх роботах Е. Ільєнко, можливість невідповідності між реальною особистістю і її самопочуттям - зарозумілістю. На цій основі породжується тенденція до завищеного або заниженим оцінювання себе як суб'єкта ігрової діяльності.

Рухлива гра один із засобів повноцінного розвитку дитини і формування позитивних відносин дошкільника з однолітками. Через рухливу гру відбувається розширення знань і уявлень про навколишній світ, розвиток психічних процесів: пам'яті, уваги, мислення, мовлення, а так же цінних морально-вольових якостей. В процесі рухомий гри не тільки вдосконалюються і закріплюються вже знайомі навички та вміння, а й формуються нові якості особистості. Рухливу гру можна назвати найважливішим виховним інститутом, що сприяє як розвитку фізичних і розумових здібностей, так і освоєння моральних норм, правил поведінки, етичних цінностей суспільства [2].

У дошкільному віці починає складатися самооцінка - найбільш складний продукт розвитку свідомості дитини, що виявляється в оцінці особистості самої себе. Основними факторами формування самооцінки визнаються: власна активність особистості, оцінка оточуючих людей, уміння правильно оцінювати дії інших. На ранніх етапах формування самооцінка дошкільника є відображенням оціночних суджень оточуючих.

Формування самооцінки в процесі рухової діяльності передбачає: залучення уваги дитини до художнього образу; до здатності створювати власний художній образ. Більшою мірою цьому сприяє захоплююча рухова діяльність, пов'язана з чіткою установкою на результат (ігри - драматизації, спортивні та рухливі ігри, спортивні вправи, ігри - естафети). Дитина оцінює своє «Я» за безпосередніми зусиллям, які він доклав для досягнення поставленої мети. У зв'язку з розвитком самооцінки розвиваються такі особистісні якості, як самоповага, совість, гордість.

Відомо, що дитяча оцінка і самооцінка формуються тільки при спілкуванні дитини з іншими людьми. Уже на перші свідомі активні дії дитини отримують з боку оточуючих дорослих оцінки у вигляді осуду або схвалення. У підсумку всі дії, вчинки дошкільника спрямовуються і організовуються дорослими, які об'єктивно оцінюють їх, порівнюють, на прикладах показуючи кращі і гірші зразки, тим самим, виховуючи у дітей прагнення, порівнювати себе з іншими, оцінювати. Більш того, психічне життя дитини розвивається під впливом оцінок оточуючих; кожен новий досвід, нове дію, придбане дитиною, оцінюється оточуючими. І скоро дитина сама починає шукати оцінку своїх дій, підкріплення правильності або неправильності пізнаваною їм дійсності.

Самооцінка є особистісне утворення, яке відображає емоційно-ціннісне ставлення особистості до себе, яка бере участь в регуляції поведінки і діяльності.

Розвитку самооцінки дітей старшого дошкільного віку в рухливій грі сприяє формування вміння оцінювати самого себе, накопичення системи уявлень про себе в грі (О. Белобрикіна). Цьому може сприяти різноманітність змістів ігор, ігрових завдань, в ході яких дитина пробує себе в різній ролі, вчиться виявляти різні емоційні стани, різні фізичні якості і, одночасно з цим, усвідомлювати їх, що він може таким чином висловлювати свої емоції, справлятися з такими завданнями і т.д.

Поява ситуації виключення дитини з якоїсь гри, надмірно частих покарань дитини за недотримання правил, може, навпаки, призводити до формування негативної самооцінки [3].

Виходячи з аналізу літератури рухлива гра може виступати одним із засобів розвитку самооцінки дітей старшого дошкільного віку. Цьому сприяють: цілеспрямоване збагачення

уявлень дитини про самого себе і формування оціночних суджень; аргументована оцінка педагогом дій дитини, формування умінь і навичок оціночних суджень.

Література:

1.Бороздіна Л. В. Що таке самооцінка? / Л. В. Бороздіна // Психологічний журнал. - 2012. - №4. - С. 99-100.

2. Вільчковський Е. Теорія і методика фізичного виховання дітей дошкільного віку: навч. посібник / Е. С. Вільчковський, О. І. Курок. - 2-ге вид., перер. та доп. – С.: Ун. книга. - 2005. – С. 428.

3.Пеньковська Н. В. Роль самооцінки у формуванні особистості дитини / Н. В. Пеньковська // Початкова школа. - 2002. - №10. - С. 5-8.

УДК 373.2.016:51 **Мельниченко К. О.**

ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ ПОНЯТЬ У ДІТЕЙ П'ЯТОГО РОКУ ЖИТТЯ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

Постановка проблеми. На сучасному етапі оновлюється поняття «освіта» і дошкільна освіта, зокрема. Вона розглядається як спосіб входження, вживання маленької людини в цілісне буття у природну, духовно-культурну і пізнавальну сферу. При цьому головним визнається формування цілісної особистості з інноваційним стилем мислення і життєвою компетентністю, здатної самостійно розв'язувати пізнавальні завдання, розмірковувати, аналізувати явища, узагальнювати, логічно мислити. Забезпечити такий цілісний розвиток особистості можливо на основі зміни способів трансляції дітям пізнавального матеріалу, зокрема матеріалу математичного змісту. У цьому аспекті актуальності набувають завдання забезпечення розуміння дітьми сутності математичних понять, як от число, величина, форма, простір і час. Крім того, практика дошкільної освіти зазнає значних труднощів у формуванні саме логіко-математичних понять, тому в дітей відзначається недорозвиненість логічної сфери, спостерігається безсистемність у плануванні пізнавальних завдань вихователями, має місце необґрунтоване використання ними дидактичних методів, які забезпечують формування логіко-математичних компетенції дітей. Отже, вибір нами такого напряму дослідження не випадковий. [1]

Питання формування елементарних математичних понять у дошкільників широко представлені у працях педагогів і психологів системи дошкільної освіти. Так, науковцями досліджувались технологічні аспекти формування елементарних математичних уявлень у старших дошкільників (Г. Белошиста, Л. Гайдаржийська та ін.), елементарна математична компетентність (Л. Зайцева та ін.), вивчались особливості реалізації індивідуально-диференційованого підходу в процесі формування математичних уявлень у дітей дошкільного віку (Н.Баглаєва, Т.Степанова та інші), обґрунтовувались педагогічні умови використання комп'ютера у формуванні елементів математики та інше.[2] Проблема розвитку математичних понять у дошкільників відображена в дослідженні умов формування пізнавального інтересу до математики (Л. М. Вахрушева), способів гуманізації математичної освіти (Е. В. Соловйова), вдосконалення змісту дошкільної освіти (К. К. Горькова), а також у дослідженні становлення уявлень дитини про масу предметів (Н.Р. Білоус), про величину предметів і способи їх вимірювання (Р. Л.Березина), розвитку вміння вирішувати логічні завдання
(З. А. Грачова, О. А. Носова). Найбільш ґрунтовно особливості формування логіко-математичних понять досліджені у роботі української дослідниці С.Татаринової. Нею розроблено механізм підведення під математичне поняття як предмета цілеспрямованої пізнавальної діяльності дитини. [3]

Отже, актуальність дослідження, його значення для математичної підготовки дошкільників обумовлюють вибір теми «Формування математичних понять у дітей п'ятого року життя як педагогічна проблема»

Об'єкт дослідження – процес математичного розвитку дітей середнього дошкільного віку.

Предметом дослідження є педагогічні умови формування математичних понять у дітей п'ятого року життя

Відповідно до об'єкту і предмету дослідження визначено наступні **завдання дослідження**:

1. Здійснити аналіз досліджень з проблеми математичного розвитку дошкільників.
2. Визначити рівень розвитку математичних понять у дітей п'ятого року життя в практиці роботи закладів дошкільної освіти.
3. Розробити та експериментально перевірити педагогічні формування математичних понять у дітей середнього дошкільного віку.

На сьогодні нами здійснюється теоретичне осмислення проблеми формування математичних понять у дітей дошкільного віку, подальші наукові розвідки будуть пов'язані з моделюванням констатувального етапу експериментальної роботи.

Література

1. Щербакова Е. И. Теория и методика математического развития дошкольников: Учеб. пособие / Е. И. Щербакова - М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2005. - 392 с.
2. Піроженко Т. Методичні аспекти реалізації освітньої лінії "Дитина в сенсорно-пізнавальному розвитку" / Т. Піроженко // Вихователь-методист дошкільного закладу. – 2013. – №2. – С. 4 – 9.

УДК 373.2.015.31:17.022.1 **Загребельська А. В.**

ОБГРУНТУВАННЯ САМОСТІЙНОСТІ ЯК БАЗОВОЇ ЯКОСТІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Самостійність як базова якість дітей старшого дошкільного віку була і залишається в педагогіці однією з найактуальніших проблем виховання. Самостійність є дуже важливою вольовою якістю, необхідною для майбутньої діяльності дитини. У сучасній педагогіці самостійність визначається як вольова якість особистості, виражена в умінні за власною ініціативою ставити мету, знаходити шляхи її досягнення і практично виконувати прийняті рішення [1,с.32]. Інтерес до досліджуваної нами проблеми, в даний час, обумовлюється завданнями більш повного розкриття індивідуальності особистості, що розвивається. Зазначимо, що самостійність загалом не дається людині від народження. Вона формується разом з дорослішанням дітей і на кожному віковому етапі має свої особливості.

Своєчасний розвиток самостійності розширює можливості пізнання, спілкування, готує успішне входження дитини в ситуацію шкільного навчання. Проаналізувавши дослідження, можемо зазначити те, що до кінця старшого дошкільного віку в умовах оптимального виховання і навчання діти можуть досягти виражених показників самостійності загалом і в різних видах діяльності: ігровій (Л. В. Артемова, Р. І. Жуковська, Н. Я. Михайленко, Ю. М. Косенко, Ж. С. Борщ); художній (В. О. Інжестойкова, В. П. Ждан, Г. О. Підкурганна, Н. П. Сакуліна, Є. О. Фльоріна); конструкторсько-ігровій (Ф. В. Ізотова, О. О. Сафонова, Л. О. Парамонова та ін.); трудовій (Г. М. Годіна, Л. А. Порембська, Г. Г. Уранова, М. В. Крухлет, Р. С. Буре), у пізнанні (А. М. Матюшкін, З. А. Михайлова, М. М. Подд'яков), у спілкуванні (Є. Є. Кравцова, Л. В. Артемова), у продуктивних видах діяльності (Н. Ветлугіна, Г. Григор'єва, О. Дронова, Д. Воробйова, Н. Дягілєва, Т. Казакова, Т. Комарова, Н. Кириченко, І. Ликова, Г. Підкурганна, Н. Сакуліна, О. Трусова й ін.). Перші прояви самостійності вбачаються педагогами (Н. М. Аксаріна, Б. Г. Ананьєв, Р. С. Буре, Є. М. Герасимова, С. М. Кривіна,

М. І. Лісіна та ін) в молодшому дошкільному віці, який за визначенням О. М. Леонтьєва є періодом «первісного фактичного складання особистості» [2. с.55].

Самостійність у загально прийнятому значенні - це незалежність, здатність і прагнення людини вчиняти дії чи вчинки самостійно. Стати самостійним - об'єктивна необхідність і природна потреба дитини. Дитина, більш ніж будь-хто інший прагне проявити своє “Я”, утвердитися у своїх знаннях, переконуючи дорослого, що може зробити щось не гірше за інших, доводячи, що може обійтися без їхньої допомоги. Самостійність дітей розгортається від самостійності репродуктивного характеру до самостійності з елементами творчості при неухильному підвищенні ролі дитячої свідомості, самоконтролю та самооцінки у здійсненні діяльності. Кожна діяльність надає своєрідний вплив на розвиток різних компонентів самостійності. Так,гра сприяє розвитку активності та ініціативи, у трудовій діяльності закладені сприятливі можливості для формування цілеспрямованості і усвідомленості дій, наполегливості у досягненні результату, у продуктивних видах діяльності формуються незалежність дитини від дорослого, прагнення до пошуку адекватних засобів самовираження.

Для багатьох дорослих самостійна дитина – це та, яка швидко і самостійно робить те, що їй скажуть (переодягається, вмивається, їсть і т.д.), загалом не заважає жити. Як зазначав Л. А. Венгер, дорослі вчать дітей не діяльності, а тільки діям. Чим це погано? На рівні дії процес завжди припиняється, а на рівні діяльності триває як творчий і самостійний. Тільки тоді є ефект розвитку.

Для формування самостійності значуща саме внутрішня, власна мотивація дитини. Коли «треба» змінюється на «хочу». Самостійність дитини в діяльності проявляється при її виборі та здійсненні, при постановці цілей, визначенні та вирішенні завдань; при узагальненні та перенесення способів дій, а не при слухняний виконання поставленого кимось завдання. Саме тому проблема формування дитячої самостійності не зачіпає аспекти самообслуговування. Самостійна дитина – та, яка сама ставить собі цілі і їх досягає.

Критеріями справжньої самостійності виступають ініціатива і елементарне планування, тривала захопленість однією справою і прагнення одержати задуманий результат. Тому дорослий повинен допомогти дитині активізувати інтерес до предметів, коригувати задум, допомогти їй здійснити, висловлювати впевненість (Т.В. Гуськова).

У розвитку самостійності Г. О.Люблінська визначила три ступені:

І. ступінь – коли дитина діє у звичних для неї умовах, у яких виробляються основні звички, без нагадування, спонукань і допомоги з боку дорослого;

ІІ. ступінь – дитина самостійно використовує звичні способи дії в нових, незвичайних, але близьких і однорідних ситуаціях;

ІІІ. ступінь – коли можливе вже більш далеке перенесення. Засвоєне правило набуває узагальненого характеру і стає критерієм для визначення дитиною своєї поведінки вбудь-яких умовах.

Отже, самостійність не розвивається без першого підпорядкування вимогам дорослих і одночасного розвитку власної ініціативи дитини. Чим краще дитина освоїла правила поведінки, тим ширші її можливості самостійного застосування [3,с.21].

Заувжимо, що вагомий вплив на виховання самостійності дітей старшого дошкільного віку має середовище в якому перебуває дитина, в нашому випадку – це дитячий садок. З перших днів перебування в дитячому садку вихователь ставить завдання навчання малюків елементарним навичкам самообслуговування. У дитячому саду діти поступово оволодівають навичками роздягання та одягання, прибирання іграшок після гри та ін. Але успішне оволодіння малюками такими навичками можливе лише за наявності єдності в роботі з сім'єю. Педагог пояснює батькам, як важливо підтримувати у малюків прагнення до самостійності, спираючись при цьому на дитяче «я сам!» , не дати згаснути цьому прояву потреби в незалежність від дорослого. Батькам слід пояснити, що виховання відбувається в діяльності, у постійних вправах в доступних дитині діях. Перші трудові дії є доступними дошкільнику, і саме в них може бути реалізована потреба в самостійності.

Психолого-педагогічна характеристика самостійності як базової якості старшого дошкільника дає підстави для висновку, що вивчення категорії самостійності, пошук резервів і ефективних шляхів її розвитку є однією з центральних наукових проблем сьогодення. Це підтверджується численними дослідженнями Ш. Амонашвілі, Л. Анциферової, Т. Бабаєвої, Н.Бєлозерцева, Н. Бочкіної, Л. Висотіної, Т. Ісаєвої, О. Кононко, П. Підкасістого, Г. Поддубської, С. Рубінштейна, А. Щербакової, Г. Щукіної та ін. Нині її актуальність обумовлена гуманістичними завданнями повноцінного розкриття індивідуальності особистості, що розвивається [4].

Таким чином, зазначимо, що необхідність виховувати самостійність, починаючи з раннього віку продиктована сучасним життям. Саме завдяки пробудженій в дитині активності людина зможе розвиватись у змістовну, цілеспрямовану особистість, здатну знайти своє місце в житті.

Література

1. Гуськова Т.В., Що таке самостійна дитина. // Дошкільне виховання-2000 .- № 11.-с.60-64.
2. Гуськова Т.В. Чи можна виховати дитину самостійним? // Дошкільне виховання – 2010. - № 8.-с.65-69.
3. Теплюк З. Витоки самостійності дошкільника // Дошкільне виховання 2005.№7.-с.67-71.

УДК 373.2.091.33:33 **Лігунцова Є.Ю.**

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ КУЛЬТУРИ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

У дошкільному віці формується первинний досвід орієнтування дитини в елементарних економічних явищах. Вже з перших років свого життя вона потрапляє в економічне середовище. Необхідність формування основ споживчої культури з дошкільного віку є актуальною проблемою, бо несвоєчасність цього процесу може негативно позначитися на розвитку основних характеристик особистості: ощадливості, економності, працелюбності та загальмує набуття життєвого соціального досвіду.

У Базовому компоненті дошкільної освіти (2012 р.) передбачено завдання формування у дітей елементарних споживчих уявлень. В освітній лінії «Дитина у світі культури» у частині «Предметний світ» зазначено, що дитина 6 (7) років має уявлення про ощадливе ведення домашнього господарства, вміє ощадливо ставитися до речей, грошей [1, с.16].

Виховання економіко-споживчої культури дошкільника передбачає формування первинних уявлень морально-правові основи ринку, дбайливого ставлення до речей та один до одного, ввічливості, поваги до споживача, готовності до взаємодопомоги, досвіду в економічній сфері.

Проблема формування навичок споживання, споживчої поведінки, особливостей економічної поведінки особистості була висвітлена в дослідженнях, присвячених економічному вихованню дошкільників (О. Галахова, Т. Галговська, В. Гербова, Н. Грама, Г. Григоренко [2], Р. Жадан[3], Н. Кривошея, Ю. Лелюк, Л. Лохвицька, Н. Побірченко, А. Сазонова, І. Сасова, А. Шатова [4]), вихованню основ культури споживання (Н. Вовк, А. Крулехт [5] та ін.).

Однак, проблема становлення особистісної культури споживання, як чинника економічно обґрунтованої поведінки дошкільників вивчена недостатньо.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та експериментальна перевірка педагогічних умов формування споживчої культури у дітей старшого дошкільного віку Об’єкт дослідження – економічне виховання дітей старшого дошкільного віку.

Предмет дослідження – педагогічні умови формування споживчої культури старших дошкільників.

Гіпотеза дослідження: процес формування особистісної культури споживання в системі економічного виховання старших дошкільників буде успішним за таких педагогічних умов:

1) реалізації принципу єдності виховних цілей, форм і методів організації діяльності економіко-споживчого змісту, спрямованої на формування актуальних економічних знань, умінь і навичок дітей старшого дошкільного віку.
2) формування первинного економічного досвіду під час організованих занять, спостережень, трудової та ігрової діяльності;
3) створення розвивального середовища для набуття дошкіьниками необхідних навичок споживчої культури, розвитку їх економічного способу мислення.

Завдання дослідження:

1. Вивчити і проаналізувати психолого-педагогічну і методичну літературу з проблеми формування споживчої культури дітей дошкільного віку, як аспекту економічного виховання.

2. Розробити і обґрунтувати педагогічні умови формування споживчої культури дошкільників в контексті економічного виховання.

3. Виділити критерії і показники оцінки та рівні сформованості споживчої культури дошкільників як умови їх економічного виховання.

4. Експериментально перевірити педагогічні умови формування споживчої культури дошкільників і запропонувати шляхи її вдосконалення.

Отже, на етапі обґрунтування теми дослідження нами визначено об’єкт, предмет, мету і завдання дослідження. Подальші наукові розвідки будуть пов’язані зі аналізом джерельної бази щодо з’ясування суті ключових понять в полі проблеми економічного виховання дошкільників.

Література:

1. Базовий компонент дошкільної освіти України: Науковий керівник: А. М. Богуш – К.: Видавництво, 2012. – 26 с.
2. Григоренко Г. Щоб навчати, треба знати: методичні рекомендації з формування основ споживчої культури / Г. Григоренко, Р. Жадан // Дошкільне виховання. – 2013. – № 8. – С. 26–30.
3. Жадан Р. П. Економічна освіта дітей старшого дошкільного віку / Р.П. Жадан, Г.І. Григоренко. – Запоріжжя : ЛІПС, 2006. – 116 с.
4. Шатова А. Д. Передумови економічного виховання дошкільників / А. Д. Шатова // Дошкільник. Методика і практика виховання і навчання. –2013. – № 5. – С. 4-10.
5. Крулехт А. О. Конструювання з «непридатного» матеріалу як засіб виховання основ культури споживання у хлопчиків 5-6 років: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07 - теорія і методика дошкільної освіти / Андрій Олександрович Крулехт. – Єлець, 2009. – 217 с.

УДК 373.2.016:51

Гужвій С.П.

ПОНЯТТЯ ПРОСТОРУ-ЧАСУ: ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Формування просторово-часових уявлень слід розпочинати ще в дошкільному віці. Оволодіння просторовими та часовими уявленнями допомагає дітям повніше і точніше сприймати навколишній світ, розвиває образне і абстрактне мислення.

Сучасні умови праці вимагають від людини уміння стежити за перебігом часу в процесі діяльності, розподіляти її в часі, реагувати на різні сигнали з певною швидкістю і через задані часові інтервали, прискорювати або уповільнювати темп своєї діяльності. В свою чергу відчуття простору та часу спонукає людину бути організованою, зібраною, допомагає берегти час, більш раціонально його використовувати. Утім питання психолого- педагогічних особливостей розвитку просторово-часових уявлень дітей дошкільного віку залишається актуальним і сьогодні.

Проблема формування у дошкільників уявлень про простір і час знайшла розробку в працях психологів (Л. А. Венгер, Л. С. Виготський, П. Я. Гальперін, Г. О. Люблінська, С. Л. Рубінштейн), педагогів (Ф. Н. Блехер, Т. І. Єрофеєва, Г. М. Леушина, Т. А. Мусейібова, Т. Д. Ріхтерман, К. Й. Щербакова, О. В. Сербіна, А. О. Смоленцева, Т. В. Тарунтаєва, Є. І. Тихеєва та ін.). Аналіз психологічних досліджень дозволив нам виявити, що вчені вивчали такі аспекти цієї проблеми: особливості уявлень дітей про час і простір, генезис їх розвитку, особливості сприйняття часу і простору, психологічні функції, що зумовлюють сприйняття часу і простору, роль сенсорного досвіду у сприйнятті часу і простору [2].

З огляду на проблему, окреслену у статті, виявляється логічним здійснення аналізу понять «простір» і «час». Поняттям «простір» визначають співіснування і відокремленість речей одна від одної, їхню протяжність, порядок розташування однієї щодо іншої. Поняттям «час» характеризують послідовність існування явищ, що змінюють одне одного, відокремленість різних етапів, тривалість, темп, ритм [1].

Поняття «просторова орієнтація» використовується для характеристики вміння людини орієнтуватися не тільки на місцевості, але і на собі, на іншій людині (ліва рука, права рука), на різних предметах, в умовах обмеженого простору. Цей процес також передбачає активні дії суб'єкта в просторі [2].

У наукових працях, вчена Т. А. Мусейібова зазначила, що просторові відносини розвиваються у дитини поетапно: на 1 етапі діти вчаться орієнтуватися «на собі»: визначати різні частини тіла, особи, в тому числі і симетричні, розуміти їх співвіднесення з різними сторонами власного тіла (попереду, позаду, вгорі, внизу, справа і зліва). Уміння орієнтуватися «на собі» служить основою для оволодіння орієнтуванням на інших об'єктах. На 2 етапі формується вміння орієнтуватися в навколишньому просторі не тільки «від себе», а й «від будь-яких предметів» [2].

Сприйняття часу - це відображення об'єктивної тривалості, швидкості, послідовності явищ дійсності (Д. Б. Ельконін). Сприйняття і орієнтування в часі у людини, як стверджує філософія і психологія, складаються і формуються на соціальній основі в процесі його життєдіяльності і в практиці широких суспільних зв'язків і відносин. До теперішнього часу в дошкільних освітніх програмах не йшлося про властивості часу, які можуть бути засвоєні дітьми, а осягнення даного феномена здійснювалося через практичну діяльність самої дитини [3].

У своїх роботах Б. Г. Ананьєв вказує, що подібно до загальної природи відображення навколишнього світу, відображення простору і часу виступає в двох основних формах, які одночасно є і ступенями пізнання: безпосередньої (чуттєво-образної) і опосередкованої (логіко-понятійної). Взаємозв'язок і єдність цих основних форм відображення виявляється в області відображення просторово-часових відображень об'єктивної дійсності [3].

У різних видах діяльності «почуття часу» виступає, то як відчуття темпу, то як відчуття ритму, то як відчуття швидкості. На думку Ф. Фребеля, перші часові уявлення дитина повинна засвоїти в процесі діяльності, в іграх і заняттях з дидактичним матеріалом[2].

В наукових працях, вчена Т. Д. Ріхтерман виділяє три аспекти тимчасових уявлень:

1. адекватність відображення часових проміжків і співвіднесення їх з діяльністю (вміння організовувати діяльність в часі);

2. розуміння позначають час слів (від простіших «вчора-сьогодні-завтра» до більш складних «минуле-сьогодення-майбутнє»);

3. розуміння послідовності подій, дій, явищ.

У цілому, вчена зазначає, що час сприймається дитиною опосередковано, через конкретизацію часових одиниць і відносин в постійно повторюваних явищах життя і діяльності [3].

Аналіз наукової літератури засвідчив, що всі еталони часу (хвилина, година, доба, тиждень, місяць, рік) представляють певну систему часових еталонів, де кожна міра складається з одиниць попередньої і слугує основою для побудови наступної [3]. Тому знайомство дітей з одиницями вимірювання часу має здійснюватися за чіткою системою і послідовністю, де знання одних інтервалів часу, можливість їх визначення і вимірювання, слугували б підставою для

ознайомлення з наступними і розкривали дітям суттєві характеристики часу: його плинність, безперервність, незворотність [2].

Таким чином, можна дійти висновку, що часові категорії виділяються дитиною наприкінці другого року життя, дитина починає усвідомлювати, що одні події швидко наступають і швидко проходять, наступ інших треба чекати. Характер уявлень дітей про час тісно пов'язаний з розумінням властивостей часу, з оволодінням тимчасовими поняттями, з умінням орієнтуватися в часі за природними явищами, та з розумінням часових проміжків і вмінням визначати час за годинником [1].

Важливо додати, що процес формування просторових уявлень - процес складний і вимагає активного, спрямованого втручання дорослого, який повинен створити умови для найбільш ефективного формування у дитини просторових уявлень, процес залежить від багатьох факторів: від рівня розвитку та чутливості аналізаторних систем організму дитини, від навколишнього лінгвістичного середовища, від рівня реалізації провідної діяльності (предметної, ігрової), а також, від професіоналізму педагога, який використовує закономірності розвитку просторових уявлень в процесі виховання та навчання.

Література

1. Голота Н. М. Сучасні проблеми ознайомлення дітей дошкільного віку з простором та часом / Н. М. Голота // Пед. науки: теорія, історія, 2015 р. № 2.- 46 с.

2. Люблінська Г. О. Особливості освоєння простору дітьми дошкільного віку / Г. О. Люблінська // Формування сприйняття простору і просторових уявлень у дітей: під ред. Ананьєва Б. Г. - М.: «Известия АПН», 1956 р. - № 86. - 223 с.

3. Ріхтерман Т. Д. Формування уявлень про час у дітей дошкільного віку / Т. Д. Ріхтерман // М .: Просвіта, 1991 с.

СЕКЦІЯ
ТЕОРІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ СУЧАСНОЇ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

УДК 373.015.31:572.025 **Бура О.М.**

ІГРОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК УМОВА І ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ УЯВЛЕНЬ ДОШКІЛЬНИКІВ ПРО СВІТ ПРОФЕСІЙ

У житті людини особливе місце займає ї професійна діяльність, з якою пов’язана велика частина її життєвого шляху. Важливо, щоб професія, яку обирає людин, їй подобалася, а відтак приносила не лише матеріальний достаток, а й задоволення, робила її успішною в професії, сприяла особистісній самореалізації. Для цього необхідно завчасно визначитися із вибором майбутньої професії. Відтак, проблема професійного самовизначення завжди на часі. Досліджуючи означену проблему, розробляючи сутність поняття «професійне самовизначення», характеризуючи допрофесійний онтогенез людини Є.Клімов запропонував періодизацію розвитку людини як суб'єкта праці. Відповідно до цієї теорії, у віці від 3 до 6-8 років гра розглядається як спосіб оволодіння «основними смислами» людської діяльності, а також як перше знайомство з конкретними професіями (гри в шофера, лікаря, продавця, вчителя і т. ін.) [3].

До умов, засобів і способів розвитку самовизначення і професійних устремлінь дошкільника відносяться: розвиваюче соціальне середовище, дорослі і їхня діяльність як смислові уявлення, соціальні та професійні стереотипи, емоційна професійна ідентифікація, життєві сценарії, що інтегруються і реалізуються в розвиваючих ситуаціях в процесі ігрової діяльності.

Наукою доведено, а практикою підтверджено, що інтерес до професій дорослий виявляється діти проявляють ще в дошкільному віці. Саме у цей період закладаються перші

уявлення дитини про працю та професії дорослих, формуються окремі трудові уміння та навички, мотиви виконання трудових доручень, виникає бажання наслідувати старших, формуються деякі особистісні якості – працелюбність, старанність, охайність тощо. Знання про професії формують у дітей уявлення про особливості і значущість різних професій, виховують повагу до людей праці. Наші спостереження свідчать про те, що в дошкільних навчальних закладах здійснюється систематична робота з формування у дітей уявлень про працю дорослих, має місце прояв бажань дошкільників обрати в майбутньому ту чи іншу професію. Зазвичай основним засобом формування уявлень дітей про працю дорослих виступає сюжетно-рольова гра. За висновками Л. Артемової, у старшому дошкільному віці створюються перші передумови розвитку профорієнтації дошкільників засобом ігрової діяльності [1].

Про необхідність вивчення і формування психологічної готовності до професійного та особистісного самовизначення в дитячому віці свідчать роботи А. Макаренка, В.Сухомлинського, Є. Клімова, М. Пряжнікова, А. Маркової, М. Захарова, О.Леонтьєва та ін.

Провідною діяльністю дошкільників є творча сюжетно-рольова гра. В процесі такої профорієнтаційної гри імітуються виробничі сюжети, ситуації та ситуативні дії, моделі професійної поведінки. У дітей виникає емоційна професійна ідентифікація, вони оволодівають основними смислами професійної діяльності, привласнюють на несвідомому поки що рівні професійні образи-схеми і моделей міжособистісних професійних відносин, професійні навички спілкування і типи мислення. Найсуттєвішим є те, що формується мотиваційне наслідування, яке є емоційним механізмом, що спонукає виникненню інтересу і спрямуванню дитини до певної сфери професійної діяльності дорослих. У дошкільників починають формуватися перші уявлення про професії дорослих, яким вони віддають багато часу (пригадаймо, як мама умотивовує дитину вранці йти до дитячого садка: «я поспішаю на роботу»), з'являються первинні (ранні) професійні спрямування, які можна побачити в деяких особистісних якостях дитини, ігрових ролях, які вона на себе бере в грі [2; 3].

Вивчення значення ігрової діяльності дошкільнят для їх ознайомлення з професійними функціями дорослих нерозривно пов'язане із дослідженням теорії гри, розробка якої започаткована ще у працях Ф. Шиллера, Г. Спенсера, В. Вундта, Д.Ельконіна. Так, Д. Ельконін розглядав гру як відтворення людської діяльності, при якій виділяється її соціальна, власне людська суть – завдання і норми взаємин між людьми. У грі, у період дошкільного дитинства, операції і дії дитини завжди відповідають реальності, в якій дитина опановує людську дійсність на основі власних спостережень за дорослими.

Гра – це «шлях дітей до пізнання світу, в якому вони живуть і який покликані змінити» (М. Горький). У сюжетних або «рольових» іграх дитина, приймаючи на себе ту чи іншу людську соціальну функцію, здійснює її в певних діях [1]. Граючись у шофера, виховательку або у лікаря дошкільники вибудовують відповідну ситуацію й сюжет гри. Це добре простежується у її предметному змісті. У сюжетних ролях існують приховані правила. Коли дитина бере на себе у грі, наприклад, роль вихователька дитячого садка, то вона поводиться відповідно до тих правил, які приховані в цій соціальній функції: вона організовує поведінку дітей за столом, відправляє їх спати, навчає їх, грається з ними та ін. Єдність ігрової ролі і ігрового правила являє собою єдність предметного та соціального змісту дошкільної гри [4]. У грі починають формуватися особистісні властивості дитини, відбуваються значні зміни в її психіці, що готують перехід дошкільника до нової, більш високої стадії розвитку. Це можна пояснити виховними можливостями гри, яку психологи вважають провідною діяльністю дошкільника, тому саме в процесі сюжетно-рольової гри діти намагаються відтворити дії дорослих і відносини між ними, відобразити зміст діяльності представників різних професій (лікаря, будівельника, водія, шофера, поліцейського, перукаря тощо). Засобом гри у дітей формується розуміння значущості трудового зусилля для результатів праці, її користі для оточуючих людей. У поєднанні гри і дитячої праці формуються трудові уміння і навички. У правильно організованій грі можна сформувати якості особистості, необхідні для здійснення успішної трудової діяльності в майбутньому дорослому житті [2]. Наукою доведено, що гра виступає інструментом формування уявлень дошкільників про ту чи іншу професію.

Програючи у грі окремі моменти професії, у дитини виникає зацікавленість до неї, що в подальшому створює шлях для успішної реалізації себе у цьому виді діяльності. Гра на сюжет професійної діяльності у лікаря, школу, пошту, магазин сприяє розширенню уявлень про працю дорослих, про їх стосунки у ході трудової діяльності, готує дошкільників до подальшого вибору професії [3].

На підставі вивчення наукових джерел, педагогічного спостереження доходимо висновку, що ігрова діяльність є обов'язковою умовою формування уявлень про світ професій у дошкільників, що, у свою чергу, сприяє ранньому професійному самовизначенню дитини. Через гру, ще на етапі підготовки до неї, розширюються, закріплюються й поглиблюються знання дітей, а на їх основі з'являється інтерес до різних професій.

Видатний педагог В. Сухомлинський писав: «У грі розкривається перед дітьми світ, розкриваються творчі можливості особистості. Без гри немає і не може бути повноцінного розумового розвитку. Гра – величезне світле вікно, через яке в духовний світ дитини вливається життєдайний потік уявлень, понять про навколишній світ. Гра – це іскра, що запалює вогник допитливості і любові до знань».

Отже, ігрова діяльність виступає для дошкільників обов'язковою умовою формування уявлень про світ дорослих, що у свою чергу сприяє ранній професійній зорієнтованості дітей, яка виявляється в мрії про майбутню професію, а мрії, зазвичай, збуваються.

Література

1. Артемова Л. В., Ознайомлення старших дошкільників із працею та професіями дорослих: Рання профорієнтація дошкільнят / // Дошкільний навчальний заклад, 2009. –№5. – с. 24-28.
2. Кондрашов В. П. Формирование представлений о мире профессий в условиях игровой деятельности дошкольников: дис. канд..пед. наук. – Саратов, 2001. – 182 с.
3. Леонтьев, А. Н.*Избранные психологические произведения*: в 2 т / *А.Н. Леонтьев*. - М.: Педагогика, 1983. - Т. 1. - 392 с.
4. Поніманська Т. І. Дошкільна педагогіка: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів: -К: «Академвидав», 2006, -456 с.

УДК 373.015.31:792 **Красозова М.В.**

ВИХОВНІ МОЖЛИВОСТІ ТЕАТРАЛІЗОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Театралізована діяльність є ефективним творчим засобом виховного впливу на особистість дитини.

Участь дітей у виставах та етюдах на святах, що проходять у дошкільному навчальному закладі, відвідування театру з батьками призводить до розвитку емоційної сфери дитини, комунікативних здібностей, формує досвід соціальних навичок поведінки. Актуальність дослідження полягає в обґрунтуванні виховним можливостей театральної діяльності дітей дошкільного віку.

Проблемі впливу театралізованої діяльності на формування особистості дитини-дошкільника присвячено низку досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених. Теоретичні та методологічні проблеми відображено у працях таких педагогів як Л. Артемова, Л. Макаренко, М. Маханова, Н. Сиротич та інші. Низка досліджень останніх років доводять значущість театралізованої діяльності у всебічному розвитку особистості та розвитку суспільства загалом.

Театр, як один із засобів впливу на формування особистості дитини, вважає Л. Єніна - «…ознайомлення з ним і доступне для залучення до нього розвивають художньо-естетичного потенціал малюка, допомагають йому глибше пізнати себе, спонукають до самовдосконалення, навчають долати труднощі, відчувати задоволення від власних досягнень та успіхів інших»[1, с28].

М. Маханова стверджує: «Театралізована діяльність є найважливішим засобом розвитку емпатії – умови, необхідного для організації спільної діяльності дітей» [3, с.7].

Виховні можливості театралізованої діяльності величезні: її тематика практично не обмежена і може задовольнити інтереси і бажання дитини. Беручи участь в театралізованій діяльності, діти знайомляться з навколишнім світом, у всьому його різноманітті через образи, фарби, звуки, а вміло поставлені запитання спонукають їх думати, аналізувати, робити висновки і узагальнення. У процесі роботи над виразністю реплік персонажів, власних висловлювань непомітно активізується словник дитини, вдосконалюється звукова культура мовлення. Виконувана роль, особливо вступ у діалог з іншим персонажем, ставить дитину перед необхідністю ясно, чітко, зрозуміло виражатися [3, с.7].

У працях мистецтвознавчого, соціологічного та педагогічного змісту можна знайти аналіз значення основних видів мистецтва в житті окремої людини та суспільства в цілому, тому виділимо найбільш принципові положення, які розкривають роль театрального мистецтва для формування особистості людини:

1. У процесі спілкування з театром народжуються та розвиваються емоційно-естетичні переживання. Мистецтво театру вчить любити прекрасне, розвиває здатність переживати. Емоційне діяння породжує почуття єдності, що відчувають глядачі в театрі, сміючись, як стверджує В. Мазур, «одним сміхом» або «плачучи одними сльозами». Підготовка до відвідування театру, оформлення декорацій, яскраві вогні рампи, вистава, антракт, оплески, квіти – усе це створює відчуття тривалого свята, учасником якого є кожен глядач.
2. Співчуття, яке з’являється, коли глядачі дивляться виставу, є передумовою формування емпатії: діти живуть інтересами та справами героїв п’єси, визначають ставлення до дійових осіб і їх вчинків.
3. Розвивається пізнавальна культура дитини, розширюється уявлення про особливості образотворчого та музичного мистецтва, які супроводжують сценічне дійство.
4. Удосконалюються психічні процеси (пам’ять, уява, мислення), розширюється світогляд та мовленнєве спілкування. У дітей формуються вміння творчого самовираження, розвивається здатність до використання прийомів імпровізації, прагнення до перевтілювання, вміння від простого наслідування перейти до творчого самовияву.

Отже, театр для дітей – це школа відчуттів і сприйняття, школа високої емоційної культури, людського спілкування та стосунків [2, с.25].

Починаючи з античних часів, театр є невід’ємним супутником людства. Свого виховного впливу він не втратив дотепер. Мистецтво театру розвиває відчуття прекрасного, формує естетичні смаки, виховує всебічно розвинену особистість. Кожен із нас щодня грає свою роль, впливаючи на світ, який в свою чергу, вливає на нас. А виходячи з відомого висловлювання: «Весь світ – театр, а люди в ньому – актори» величного В. Шекспіра, можна дійти висновку, що саме життя – і є театр, який впливає на кожного з нас. Цей вплив відбувається з самого народження людини у вигляді «життєвого театру», і у подальшому поєднуватися з театром, як видом мистецтва, що є більш звичним для розуміння у своєму значенні.

Література:

1. Єніна Л. Театр і діти / Л.Єніна // Дошкільне виховання. – 2007. – №9. – С.28
2. *Макаренко Л. В. Організація театралізованої діяльності в дошкільному навчальному закладі* / Л. В. Макаренко – Бердянськ : ФО-П Ткачук О. В., 2014. – 256 с.
3. Маханова М. Театрализованная деятельность дошкольников / М.Маханова // Дошкольное воспитание. – 1999. – №11. – С.6.

УДК 373.2.015.31:7.03 **Кумуржи М.В.**

РУЧНА ПРАЦЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ: СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ

В базовому компоненті дошкільної освіти зазначено декілька напрямків освітньої роботи, усі вони є значущими. Однією з найважливіших є освітня лінія «Дитина у світі культури». Саме цей розділ дає підставу говорити про дитячу творчість, як нескінченне джерело прояву дитячих талантів та вмінь, способу реалізації їх самостійного підходу до створення нового. Можливості розвитку дитячої творчості вивчалися в різних видах діяльності: музичної, рухової, ігрової, літературної, образотворчої, трудової (Р. Буре, Н. Ветлугіна, В. Воронова, І. Дзержинська, Т. Казакова, А. Кенеман, Л. Куцакова, В.Левін, Г.Павленко, О. Радинова, Н. Сакулина, Т. Семенова, О. Ушакова та ін.).

Найдоступнішим видом діяльності для формування умінь та навичок роботи з різними матеріалами, прояву творчості дошкільників, за нашими спостереженнями, є художня ручна праця.

На підставі аналізу наукової літератури, ми дійшли висновку, що дотепер в науці немає єдиного підходу до трактування поняття «ручна праця». У загальному значенні це поняття характеризує вид діяльності дошкільників в основі якого лежить творчий розвиток дітей. Його зміст розкривається у працях Н. Майбороди, В. Сухомлинського, Н. Пишевої, Н. Стаценко , Н. Овчіннікової, Е. Гул'янц, Л. Куцакової, Л. Пантелєєвої, Н. Тарлеської, Л. Топоркової, А. Козлиної, у яких науковці вказують на своєрідність та важливість опанування цим видом діяльності у дошкільному віці [1;5;6;7].

Так, Н. Майборода зазначає, що ручна праця в дитячому садку сприяє розвитку самих різних умінь і навичок, впливає на розумове і естетичне виховання дитини. Одним з головних завдань, які вирішує ручна праця є розвиток дрібної моторики рук [4]. Ручна праця це способом дій, завдяки якому дитина розвивається не тільки естетично, а й фізично. У цьому специфічна ознака цього виду діяльності. На заняттях з ручної праці використовуються різні види роботи, що зорієнтовані на пізнання, трансформацію, використання предметів та їх властивостей в новій якості. Ручна праця дає змогу дитині пізнати світ за дотиком та поглядом. Діти самостійно, за допомогою сенсорики, здатні на вивчення предметного світу, що загалом становить світ речей, у якому мешкаємо саме ми.

Ручна праця дітей це те, завдяки чому продовжується соціалізація дитини, адже під час колективної роботи над чимось дитина встановлює комунікативні зв'язки з однолітками та вихователем. Так, колективна робота може бути присутня на будь-якому занятті, але саме під час ручної праці, створення нових предметів та виробів, діти обмінюються власними ідеями, знаходять щось схоже з іншими та розпочинають створювати навколо себе ту атмосферу, яка більш за все впливає на їх саморозвиток. Н. Стаценко, зазначає, що ручна праця, або рукоділля, це – складова частина єдиної інтегрованої системи навчання для дошкільників та молодших школярів, яка будується на основі цілісного підходу до людини. Так само як і на інших уроках у процесі занять ручною працею розвивається вся людина, її мислення, почуття, воля [7] «Діти, які навчилися своїм руками робити художні, корисні речі для інших і для себе, ставши доросли, не будуть почуватися чужими по відношенню до світу та життя. Вони зможуть художньо вдосконалити своє буття, своє життя у соціумі, зможуть збагатити його», – на початку XX століття писала одна з перших вчительок рукоділля Г. Штутгардт Гаук [2]. Її погляд на значення художньої ручної праці навіює думку, що за допомогою ручної праці діти будують собі дорогу у майбутнє життя. Життя, в якому вони самі та їх праця будуть корисними для соціуму, життя, в якому вони зможуть втілити свої перші «здобутки» отримані ще у дитячому садку.

Творчий початок в кожній людині це її прагнення до перетворення свого «Я» та свого потенціалу на щось нове, незвичне, на знайоме та важливе для кожного з нас. В дошкільному віці цей творчий початок якраз формується на заняттях з ручної праці. Н. Овчіннікова, говорить про творчий початок людини як про прагнення йти вперед, до кращого, до прогресу, до досконалості і, звичайно, до прекрасного в найвищому і широкому сенсі цього слова. Ось такий

творчий початок ручна праця в дошкільному віці і виховує в дитині, і в цій своїй функції він нічим не може бути замінений [5].

Ручна праця дітей, це не тільки заняття, а й інші форми активності дошкільників. Провідною діяльністю дошкільників є гра, яка тісно пов'язана з ручною працею. Адже під час звичайної гри діти створюють нові споруди, іграшки, які можна намалювати або вирізати з паперу, змайструвати з конструктора чи з шматка тканини. Під час гри, ручна праця стає динамічним процесом, завдяки якому витвори дітей є багатофункціональним, мають немало призначень. Поєднуючись, гра та ручна праця спрямовані на соціалізацію дитини загалом.

Традиційно до ручної праці відноситься робота з папером, картоном, природним (яєчна шкарлупа, горіхи, насіння, шишки, жолуді) і штучним (тканина, нитки, пробки) матеріалами. Науковці (Е. Гул'янц, Л. Куцакова, Л. Пантелєєва, Н.Тарлеська, Л. Топоркова та ін.) конструювання з паперу, природного і неприродного матеріалу включають у зміст ручної праці[1] Інші дослідники (А. Козлина, Н. Конишева) розширюють сферу ручної праці, включивши до неї традиційно образотворчі види діяльності: аплікацію, ліплення і роботу з глиною, вважаючи, що в трудової діяльності вони мають більший виховний потенціал. Основна мета занять з ручної праці в дитячому садку і в початковій школі навчити дітей із задоволенням майструвати, працювати з будь-яким підручним матеріалом, фантазувати й робити своїми руками симпатичні вироби так, щоб і процес і результат приносили радість і задоволення [2;3] Саме через це, ще однією специфічною ознакою ручної праці та занять з ручної праці є те, що способи, завдяки яким дитина реалізує свої бажання та ідеї, нескінченні. Починаючи від нетрадиційних технік малювання і закінчуючи виробами з паперу.

Дошкільне дитинство відкриває великий світ людей, в якому для малюків важливо отримати своє власне, індивідуальне місце. На заняттях з ручної праці діти доводять самі собі, своїм одноліткам, батькам, що вони заслуговують на це місце: вони творчо мислять, створюють, майструють, перероблюють, привносять щось нове у продукти своєї діяльності. Через оволодіння ручними уміннями діти легше розуміють подібні процеси у світі дорослих, краще соціалізуються в ньому. В колективній і індивідуальній художній ручній праці, діти стають всебічно розвинутими, гармонійними особистостями.

Література

1. Конышева Н.М. Конструирование как средство развития младших школьников на уроках ручного труда : пособие для учителей и студентов / Н. М. Конышева. – Москва : Флинта, 2000. – 88 с.
2. Майборода Н. А. Ручной труд в детском саду/ Н.А.Майборода // Молодой ученый. — 2014. — №2. — С. 785-787.
3. Овчинникова Н. В. Художественный труд в ДОУ/ Н. В. Овчинникова // Молодой ученый. — 2016. — №20. — С. 716-717.
4. Пышьева Н. С. Конструирование творческого компонента в ручном труде дошкольников [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-tvorcheskogo-komponenta-v-ruchnom-trude-doshkolnikov
5. Стеценко Н.В. Роль ручної праці у розвитку особистості дитини старшого дошкільного віку / Н. М. Стеценко // Пед. дискурс : зб. наук. пр. - 2011. - Вип. 10. - С. 466-469.

УДК 373.2.015.31:7.03 **Латишева К.Г.**

СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ НЕТРАДИЦІЙНИХ ТЕХНІК В ХУДОЖНІЙ РУЧНІЙ ПРАЦІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Заняття з художньої праці є однією з основних форм навчання дошкільників. Правильно організована художня праця в дошкільному навчальному закладі і вдома, стимулює бажання працювати, формує духовні й фізичні сили дошкільника, активізується розумова діяльність та впливає на розвиток сенсомоторики.

В старшій групі вчать використовувати колір, форму, лінії, пропорції, різні матеріали та нетрадиційні техніки, до яких входять: штампування, малювання пальчиками, фактурного малювання, орігамі та ін. Виготовлення виробів за допомогою нетрадиційних технік стимулює в дітей інтерес до художньої праці, розширює їх можливості у використанні того, чи іншого предмета, дає змогу мислити нестандартно.

Такі дослідники, як І. Давидова, Н. Суханова, Г. Акимова, Н. Акчуріна-Муфтієва, Т. Семенова, Н. Чен та інші присвятили свої дослідження застосуванню педагогами нетрадиційних технік.

Художня ручна праця – це робота дитини з різноманітними матеріалами, метою якої є створення корисних та художньо-естетично значущих предметів та виробів для прикрашення свого побуту, ігор, праці та відпочинку [1].

Вітчизняні психологи і педагоги (Л. Виготський, В. Давидов, О. Запорожець, М. Підд'яков, Н.Ветлугіна, Н. Сакуліна, Є. Фльоріна та ін) довели, що творчі можливості дітей виявляються вже у дошкільному віці, а їхній розвиток відбувається під час оволодіння суспільно виробленими засобами діяльності у процесі спеціально організованого навчання; творчість є постійним супутником дитячого розвитку.

В розвитку творчих здібностей дітей старшого дошкільного віку через ручну працю, загальними напрямами є розвиток уявлення та розвиток якостей мислення, які формують креативність, а також є художньо-естетичний розвиток дітей, що є невід'ємною складовою формування самоцінної, творчої, активної особистості [2].

Правильно організована ручна праця в ДНЗ допомагає дітям у розвитку уявлень про якість і можливості різних матеріалів, сприяє закріпленню позитивних емоцій.

Ручна та художня праця за своїм значенням є працею, спрямованою на задоволення естетичних потреб людини. У її зміст входить виготовлення виробів з природного матеріалу, паперу, картону, тканини, дерева. Це сприяє розвитку фантазії, творчих здібностей, сприяє вихованню витримки, наполегливості, вмінню доводити почату справу до її завершення [4]. Заняття з художньої праці поєднує в собі, не тільки естетичне виховання, а й всебічний розвиток дитини. Педагогічно доцільними є нетрадиційні техніки ручної праці. Їхні специфічні ознаки у створенні виробу незвичним методом, але із звичайного матеріалу. Це легка та цікава справа для дітей, яка несе в собі нові знання, емоції та яка сприяє розвитку креативності у дітей. Можливість використання різноманіття матеріалу дозволяє зробити цю справу легкою та цікавою – грунт для розвитку в малят здатності естетичного сприйняття дійсності, знаходити красу в навколишньому, розвивати художній смак і фантазію. Робота дітей з використанням нетрадиційних технік художньої ручної праці сприяє формуванню інтересу дітей до образотворчої діяльності. Така праця дає змогу урізноманітнити звичайну художню діяльність, покращити настрій дітей та гарно провести час.

Г. Григор'єва поняття «нетрадиційності» пояснює, як якісну новизну, початкове протиставлення традиційному, як новоутворення, що вирізняються широкою різноманітністю та оригінальністю [1].

Використання нетрадиційних технік у ручній праці та образотворчому мистецтві, взагалі, сприяють інтересу до малювання та образотворчої діяльності. Нетрадиційні художні техніки сприяють збагаченню знань і уявлень дітей про предмети та їх використання, матеріали та їх властивості, способи застосування, розвивають творчий потенціал, уяву, сприяють інтелектуальному розвитку, корекції психічних процесів і особистісної сфери дошкільників, навчають мислити сміливо і вільно.

Існують специфічні характеристики нетрадиційної техніки художньої практики, серед яких є :

- Простота матеріалів, що використовується в роботі. Для створення робіт у нетрадиційній манері достатньо простих і доступних матеріалів – різноманітного паперу, акварельних чи гуашевих фарб, барвників з фруктів чи овочів, пластиліну, залишків тіста, викидних матеріалів, вторинної сировини тощо.

- Доступність прийомів роботи з художніми матеріалами дозволяє дітям швидко опанувати нетрадиційні техніки й уже на перших заняттях використовувати отриманий досвід для створення власних художніх образів.
- Можливість творити без специфічних художніх інструментів (мольберт, ножиці тощо); можна малювати пальчиками, долоньками, використовувати техніку рваної аплікації тощо.
- Легкість засвоєння технік.
- Універсальність прийомів нетрадиційних художніх технік, які діти можуть довільно переносити з одного виду художньої діяльності в іншу.
- Швидкий результат від оволодіння нетрадиційними художніми техніками.
- Безмежність творчої діяльності.

О. Джафарова у своїй праці «Нетрадиційні художні техніки у творчому самовираженні молодших школярів», пропонує класифікацію нетрадиційних художніх технік за матеріалами [2]. Їх ми представили у таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація нетрадиційних технік у художній праці (за О. Джафаровою)

Нетрадиційні прийоми малювання	Робота з папером	Робота з природним матеріалом	Робота з волокнистими матеріалами	Робота з викидним матеріалом
Ниткографія Плямографія Монотопія Набризк Граттаж та ін.	Квілінг Рвана аплікація Айрис-фолдінг Декупаж та ін.	Карвінг Колаж Біокераміка Флористика Ошибана та ін.	Батик Ізонитка Аплікація з тканин різного ґатунку Плетево «паутинка» тощо	Колаж Артишок Асамбляж та ін.

Зазначені нетрадиційні техніки у ручній праці заслуговують на увагу в роботі з дошкільниками.

Як бачимо, нетрадиційність технік в ручній праці дошкільників зумовлюється не незвичністю матеріалів, а тим, як вони використанні. А це – ефективний шлях до забезпечення пізнавального, художньо-естетичного, творчого індивідуального розвитку кожної дитини.

Література

1. Джафарова О. Нетрадиційні художні техніки у творчому самовираженні молодших школярів / Оксана Джафарова // Мистецтво та освіта. – 2012. – №3. – С. 38–43.
2. Пацукевич Т. Художнє середовище – основа розвитку / Т. Пацукевич, І. Майорова // Дошкільне виховання. – 2009. – №8. - С. 32 – 34.
3. Овчинникова Н. В. Художественный труд в ДОУ (на основе личного опыта работы) / Н. В. Овчинникова // Молодой ученный. – 2016. – С. 716–717.

УДК 373.2.011.3-51

Степанєц В.М.

ПЕДАГОГІЧНА ТЕХНІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЕДАГОГІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Праця вихователя почесна, але важка й складна. Педагог має знати кожного свого вихованця, вміти зазирнути в його майбутнє, бо життя вихователя йде нога в ногу із його маленькими підопічними. Кожна дрібниця, яка трапляється в житті наставника, віддзеркалюється на внутрішньому та зовнішньому стані вихованців. Тож усі дрібнички: зовнішній вигляд вихователя, його настрій і вираз обличчя, поведінка тощо вимагають від наставника повної самовіддачі, вміння володіти собою незалежно від подій, що відбуваються в

особистісному житті. Усе це поєднує в собі поняття педагогічної техніки, яка є складовою педагогічної майстерності педагога та безпосереднім інструментом педагогічної взаємодії.

У минулому столітті й до сьогодні проблема педагогічної техніки активно вивчається в контексті питань розвитку особистості педагога (Ф. Гоноболін, С. Кондрат'єва, Н. Кузьміна, А. Щербакова, Т. Яценко та ін.), формування й розвитку професійних вмінь (Л. Спірін, М. Барахтян та ін.), педагогічної етики учителя (І. Синиця, В. Чернокозова, І. Чернокозов та ін.), культури спілкування (О. Гармаш, В. Кан-Калик, О. Леонтьєв та ін.), професійного самовиховання (С. Єлканов, Л. Рувинський та ін.), оволодіння культурою мовлення (А. Капська, Г. Сагач, Н. Чепелєва та ін.), педагогічної техніки і педагогічної технології, логіко-емоційної виразності читання (І. Дмитрик, В. Миндикану, Г. Олійник та ін.).

Необхідно зазначити, що поняття «педагогічна техніка» виникло у 20-х роках XX століття. Дослідженню питання педагогічної техніки як найважливішої складової педагогічної майстерності приділяв увагу А. С. Макаренко, якого вважають родоначальником трактування цього поняття. До педагогічної техніки педагог відносив цілу групу умінь і навивок, «без яких не один вихователь не може бути гарним вихователем, не може працювати, тому що у нього не поставлений голос, він не вміє розмовляти з дитиною і не знає, в яких випадках як потрібно говорити» [1, с. 171].

Погляди сучасних науковців (Ю. Азарова, Л. Буркової, Л. Загородньої та ін.) щодо визначення поняття «педагогічної техніки» різноманітні, але усі вони доходять думки, що педагогічна техніка є сукупність вмінь використовувати власний психофізичний апарат у якості інструменту виховного впливу [2; 3; 4].

Виходячи з визначень педагогічної техніки у наукових працях І. Зязюна, З. Курлянд, А. Макаренко, Ю. Косенко [5; 6; 1; 7] необхідно зазначити, що існує дві умовні групи її складників. До першої відносять уміння вихователя керувати своєю поведінкою, а до другої – уміння впливати на особистість і колектив, уміння безпосередньої педагогічної взаємодії. Відповідно до мети використання, науковці поділяють педагогічну техніку на: *зовнішню* – реалізація внутрішнього переживання особистості педагога в його міміці, голосі, мовленні, рухах, пластиці та *внутрішню* – створення внутрішнього переживання особистості, психологічне настроювання педагога на майбутню діяльність через вплив на розум, волю і почуття [7, с. 140].

У науковій літературі зазначається, що елементами зовнішньої техніки є вербальні й невербальні засоби, які дозволяють педагогу виявляти свої наміри, які саме й «читають» вихованці. Як зауважує психолог М. Філоненко [8, с. 21], вербальна комунікація використовується як знакова система мови, найбільш універсальний засіб людського спілкування, який забезпечує змістовний аспект взаємодії і взаєморозуміння в процесі спільної діяльності. Невербальною комунікацією учений називає такі засоби спілкування, які потрібні, зокрема, для того, щоб регулювати плин процесу спілкування, створювати психологічний контакт між партнерами; виявляти емоції, відображати оцінку ситуації [8, с.22].

Єдність усіх вищезазначених умінь поєднує сфера їх застосування. Вони використовуються у безпосередній взаємодії вихователя з дітьми, що дозволяє прояву педагогічних умінь, бути імпровізованими. Ще однією особливістю є яскраво виражений індивідуально-особистісний характер, який визначає ряд чинників (тип нервової системи, темперамент, стан здоров'я та ін.), які впливають на психо-емоційний стан педагога. Варто зазначити, що через уміння педагогічної техніки в педагогічній взаємодії найбільш повно розкриваються вихованцям морально-етичні позиції педагога.

Тож можна зробити висновок про те, що елементи педагогічної техніки не можуть існувати окремо один від одного, бо вони несуть в собі великий комплекс умінь педагога: естетично, привабливо для оточуючих і у т. ч. для вихованців, виглядати; говорити правильно і виразно; висловлювати свої почуття жестами, мімікою та поглядом; управляти своїм психічним станом; рефлексувати тощо. Педагогічна техніка дозволяє вихователю досягти оптимальних результатів у професіональній діяльності, зберігаючи психофізичне здоров'я не лише самого

педагога, а й інших учасників педагогічного процесу, а отже нею треба опановувати й досконало володіти.

Література

1. Макаренко А. С. Проблемы школьного советского воспитания: лекции А. С. Макаренко // Пед. соч.: в 8 т. – Т. 4. – М. : АПН СССР. – 1983–1986. – 398 с.
2. Азаров Ю. П. Тайны педагогического мастерства: Учеб. пособие / Ю. П. Азаров. – М.: Московский психолого - социальный институт, 2004. – 432 с.
3. Зерна педагогічної інновації. Хрестоматія/ Укладачі: Л. В. Буркова, Н. Ф. Федорова. – К.: Київська правда, 2001. – 120 с.
4. Загородня Л. П. Педагогічна майстерність вихователя дошкільного закладу: навчальний посібник / Л. П. Загородня, С. А. Тітаренко. – Суми: Університетська книга, 2010. – 319 с.
5. Педагогічна майстерність: Підручник / І. А. Зязюн, Л. В. Крамущенко, І. Ф. Кривонос та ін.; За ред. І. А. Зязюна. — К.: Вища шк., 2004. — 422 с.
6. Курлянд З. Н. Теорія і методика професійної освіти: навч. посіб. / З. Н. Курлянд. – К.: Знання, 2012. – 390 с.
7. Косенко Ю. М. Основи педагогічної майстерності вихователя. Навчально - методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності "Дошкільна освіта" / Ю. М. Косенко. – Маріуполь: Новий світ, 2014. – 360 с.
8. Філоненко М. М. Психологія спілкування. Підручник / М. М. Філоненко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
9. Якса Н. В. Основи педагогічних знань / Н. В. Якса. – К.: Знання, 2007. – 64 с.

УДК 373.2.015.31:7.03

Яковцова Ю.В.

СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ НЕТРАДИЦІЙНИХ ТЕХНІК ЗОБРАЖУВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток духовно-творчого потенціалу особистості дошкільника є одним із важливих завдань, які постають перед педагогами в освітньо-виховній діяльності. Особливе значення надається зображувальній діяльності як одному із впливових засобів розвитку у дітей творчості, естетичного сприймання, формування художнього смаку, активізації процесу пізнання, виховання позитивних рис характеру тощо. Нетрадиційні техніки зображувальної діяльності не є обов’язковими в повсякденній роботі на заняттях, що обмежує вільний творчий прояв дитини, розвиток власного стилю та креативності, натомість їхнє впровадження в освітній процес може значно розвинути творчий потенціал дитини.

Проблема навчання нетрадиційним технікам зображувальної діяльності дітей дошкільного віку та впровадження їх в освітній процес була взята до уваги та досліджена вітчизняними науковцями та педагогами-практиками: В. Барановою, Н. Шевчук, Л. Шульгою, В. Купрієнко та ін. Варто зауважити, що пробудження інтересу науковців до цієї проблеми є обумовленим змінами в освітньому процесі, потребою у створенні нових шляхів розвитку дитячих здібностей.

Педагог-практик Л. Шульга наголошує на необхідності навчання дітей нетрадиційним технікам малювання і також висуває обов’язкові завдання, які мають бути розв’язані у роботі з дітьми:

- ✓ формувати у дітей навички культури колористичного сприймання навколишнього світу;
- ✓ розвивати сприйняття кольору;
- ✓ активізувати асоціативно-образне мислення як спосіб художнього освоєння кольорового світу;
- ✓ виховувати художній смак;
- ✓ викликати бажання досліджувати кольори та їхні поєднання, експериментувати з ними, створюючи сміливі комбінації кольорів, виражати свої почуття і думки кольором [3].

Заняття з образотворчої діяльності завжди цікаві для дітей, вони безпосередньо впливають на формування естетичного досвіду та закладають основу для розуміння, відчуття творів мистецтва. Незвичність матеріалів у роботі, змішування кольорів та отримання в результаті нових відтінків, продумування того, що необхідно та хочеться зобразити на полотні – все це захоплює дошкільника, допомагає йому проявити себе через власний витвір мистецтва, або як їх іменують в родинному колі – «шедевр». Через образотворчу діяльність діти активно передають враження, яких вони набули в процесі навчання.

Малювання нетрадиційними техніками — дуже цікавий і доступний для дітей вид діяльності, за допомогою якого можна створювати предметні, сюжетні й декоративні зображення. Це малювання приваблює їх більш легкими способами виконання, якісними результатами, свободою дій, швидкими темпами роботи. Щоб творчість дітей була продуктивнішою та цікавішою, давала їм багато задоволення, педагог має створювати радісну, спокійну атмосферу самодіяльності, яка сприятиме появі дитячої свободи і розкутості в малюванні.

Нетрадиційні техніки малювання дають можливість відійти від стереотипів, надати дитині максимальну свободу в її образотворенні. Нетрадиційні техніки досить прості в технічному плані, діти легко їх засвоюють і отримують задоволення від результатів. Вони також дають дітям унікальні можливості для експериментування, пошуків зображувальних матеріалів для втілення найсміливіших образів на папері, незвичайних фантазій, вражень, думок. Дитина навчається дослідницькій поведінці в соціумі і граючись пізнає зображувальні можливості різних матеріалів. Окремі нетрадиційні техніки створюють особливі виразні можливості для зображення певних тем чи образів[5].

Розмаїття нетрадиційних технік малювання не може не зацікавити навіть дорослих:

- *монотипія* – це вологий малюнок гуашшю, що «друкується» на іншому аркуші, друкувати можна гумовою печаткою, рослинами, різними предметами, дерев'яними кліше;
- *штампування* – з підручних матеріалів (картопля, яблуко, пробки і т.д.) вирізається штамп, який фарбують гуашшю і залишають сліди на папері;
- *фронтаж* – під аркуш паперу кладеться рельєфний предмет і зверху заштриховується олівцем або пастеллю;
- *граттаж* – це робота товстою голкою або шилом на папері, натертому свічкою (воском) і вкритому тушшю (чорною чи кольоровою), або ж без воску — лише вкритому тушшю;
- *аерографія (кляксографія)* – на аркуш паперу потрібно капнути фарбу і за допомогою трубочки роздути її відповідно до очікуваного зображення;
- *ниткографія* – це техніка, за якою нитка фарбується у будь-який колір, фігурно у довільному порядку викладається на аркуші. Її кінчик залишається за полем. Зверху накладається ще один аркуш, а нитка витягується;
- *малювання мильними бульбашками* – у мильний розчин додаються барвники, утворюється піна та бульбашки. За допомогою соломинки збільшується їхня кількість, потім аркуш притуляється до них. Або ж пластмасовою ложечкою бульбашки переносяться на папір і залишаються там до повного зникнення. В результаті на папері залишаються контури різних кольорів;
- *малювання природним матеріалом (піском, сіллю, крупами, меленою кавою)* – за цієї техніки весь аркуш або певні ділянки змащуються клеєм, на який насипають матеріал. Надалі після підсихання зайві сухі залишки струшуються;
- *робота на вологому папері* – малюнок в цій техніці виконується за допомогою води. Для цього на щільному папері зображується великий малюнок гуашшю. Коли фарба висохне, весь малюнок покривається чорною тушшю і проявляється в воді. Гуаш змиється водою, а туш залишиться [2; 3; 5].

Однією із специфічних ознак поданих технік є *доступність*. Виконання композицій не потребує попереднього навчання як дітей, так і дорослих, тому можливе використання як вихователем у ДНЗ, так і батьками вдома з дітьми самостійно.

Дитина вчиться працювати з різними матеріалами і найчастіше з такими, які на перший погляд зовсім не придатні для малювання, наприклад - природний матеріал, нитки, соломинки для напоїв і т.д. В свою чергу у подальшому житті буде розвиватись така риса характеру як *винахідливість*, яка допомагає в різних життєвих ситуаціях.

На відміну від традиційного малювання, якому навчають на заняттях у ДНЗ та продовжують у школі, дитина має набагато більше можливостей проявити себе та розвинути творчі здібності, фантазію, уяву і т.д. Такі заняття *додають впевненості* в собі та своїх силах, оскільки кожна робота – індивідуальна, а *зразок* (найчастіше – робота вихователя, яку дитина вважає за еталон) просто відсутній. Таким чином дитина усунена від внутрішньої боротьби за ідеальний малюнок, який має підійти під унормований варіант.

Аби не суперечити освітнім програмам та не порушувати укладений навчально-виховний процес, найбільш доцільним є варіант впровадження нетрадиційних технік у роботу з дітьми у форматі гурткової роботи з невеликою кількістю дітей. Зручним часом є друга половина дня, коли дітям надається більше часу для вільної та незапланованої діяльності.

Отже, нетрадиційні техніки в зображувальній діяльності можуть виступати як самостійний комплекс для розвитку дитини. Сучасна дошкільна освіта не може стояти на місці і в галузі естетичного виховання, посередником якого є саме нетрадиційні техніки. Використання їх у навчально-виховному процесі має стати обов'язковим, доцільніше – у форматі гурткової роботи. Тож покращення якості навчання дітей малюванню стане на щабель вище, ніж зараз.

Література

1. Баранова В. Сутність образотворчої діяльності / В. Баранова. // Наука і освіта. – 2012. – №8. – С. 11–14.
2. Шевчук Н. Експериментуємо разом: Організація роботи гуртка з образотворчої діяльності із застосуванням нетрадиційних технік зображення / Н. Шевчук. // Палітра педагога. – 2010. – №3. – С. 23–31.
3. Шульга Л. Барви натхнення: Програма спецкурсу з формування колористичної культури дітей 3-10 років / Л. Шульга. // Палітра педагога. – 2008. – №4. – С. 9–11.
4. Купрієнко В. Світ мистецтва - світ добра і любові / В. Купрієнко, Л. Клімова, Н. Міхіна. // Дошкільне виховання. – 2013. – №9. – С. 13–14.
5. Сухорукова Г. Образотворче мистецтво з методикою викладання в дошкільному навчальному закладі / Г.Сухорукова, О. Дронова, Н. Голота, Л. Янцур. – К.: Видавничий дім «Слово», 2010. – 376 с.

УДК 37.036.5 **Лівинець А.А.**

ХУДОЖНЯ ПРАЦЯ ЯК ЗАСІБ ЕСТЕТИЧНОГО ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Естетичне виховання є одним з найважливіших засобів формування ставлення людини до дійсності, засобу морального і розумового виховання.

Засобом естетичного виховання дітей дошкільного віку є художня праця. Художня праця є одним з найцікавіших видів діяльності дітей дошкільного віку, яка дозволяє дитині відобразити в зображувальних образах свої враження про навколишній світ, висловити своє ставлення до них.

Проблема естетичного виховання у естетико-педагогічному аспекті широко висвітлена у спадщині видатних українських педагогів та діячів освіти Е. Водовозової, П. Каптерева, С. Лисенкової, С. Русової, Е. Михеєвої, К. Ушинського.

Філософсько-естетичні аспекти данної проблеми розглядаються в наукових працях Ю. Борева, І. Гончарова, М. Кияшенка, В. Ядова.

Проблемі удосконалення змісту естетичного виховання дітей в сучасних дошкільних навчальних закладах, пошуку його нових нетрадиційних форм, методів і прийомів присвячено наукові дослідження та методичні розробки Л.Артемової, А.Богуш, Е.Бєлкіної, Л.Коваль, С.Колесникової, О.Кононко, В.Кьона, Н.Лисенко.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні використання художньої праці як засобу естетичного виховання дітей дошкільного віку.

Об'єкт дослідження: художня праця як засіб естетичного виховання дітей дошкільного віку.

Предмет дослідження: процес естетичного виховання дітей дошкільного віку.

Естетичне виховання є дуже важливою частиною всього виховного процесу, тому що воно забезпечує всебічний розвиток дитини та сприяє формуванню моральності, розвитку мислення і уяви, наполегливості, організованості, дисциплінованості, акуратності, толерантності, ввічливості.

Художня праця є однією з найбільш дієвих форм естетичного опанування дітьми навколишнього світу. У художній праці діти виражають своє ставлення до того, що вони бачать і чують навколо себе, виявляють свої думки і почуття. Саме тому, художня праця займає важливе місце у навчально-виховному процесі дошкільних навчальних закладів, яка традиційно належить до творчо-продуктивної діяльності. Під час праці дитина виготовляє з різних матеріалів корисні та цікаві предмети.

С. Гончаренко дає таке визначення: «естетичне виховання - це складова частина виховного процесу, безпосередньо спрямована на формування й виховання естетичних смаків, почуттів, суджень, художніх здібностей особистості, на розвиток її здатності сприймати й перетворювати дійсність за законами краси в усіх сферах діяльності людини» [1, с. 119].

За визначенням Т. Поніманської, «естетичне виховання - це послідовне формування у дітей естетичного ставлення до життя, розвиток сприймання і розуміння прекрасного у мистецтві, природі, взаєминах людей, художніх потреб і здатності до художньої творчості» [2, с. 237].

Як зазначала Н. Голота, «художня праця - це вид творчо-продуктивної діяльність, в якій творчі дії дитини спрямовані на виготовлення реального предмета. В подальшому результат цієї праці можна використовувати як іграшку, подарунок, предмет для прикрашання будинку» [3, с. 252].

Види художньої праці дітей дошкільного віку можна групувати: за технологією, (малювання, аплікація, ліплення, конструювання, плетіння, вишивка) та за матеріалом (робота з папером, фарбами, тканиною, деревом і ін.)[4]

До художньої праці потрібно залучати усіх дітей, виховуючи в них бажання працювати. Під час роботи з різними матеріалами розвиваються дрібні м'язи рук, діти набувають навичок роботи з простими інструментами; дії з різними матеріалами цікаві і дають можливість виявити творчість; цей вид трудової діяльності має практичний результат. У дітей молодшої групи необхідно викликати інтерес до «дослідження» матеріалу і роботі з ним, допомогти набути впевненості у власних силах, отримати задоволення від результату своєї роботи. Потрібно сприяти освоєнню дітьми просторових відносин між предметами і деяких фізичних закономірностей, пізнання властивостей матеріалів. Сформувати у дітей основні практичні навички роботи з матеріалами і інструментами.

У середній групі проводиться навчання конструювання з паперу: згинати прямокутний аркуш паперу навпіл, поєднуючи боку і кути, приклеювати до основної форми деталі. Можна навчати виготовлення виробів з природного матеріалу: кори, гілок, листя, шишок, каштанів та ін. Вихователь навчає використовувати для закріплення частин клей, пластилін; застосовувати в виробах котушки, коробки різної величини, пластикові пляшки та інше.

У старшій групі відбувається вдосконалення вміння працювати з папером: згинати лист вчетверо в різних напрямках; працювати по готовій викрійці. Діти навчаються створення з паперу об'ємних фігур: ділити квадратний аркуш на кілька рівних частин, згладжувати згини, надрізати по згинах. Триває навчання створення іграшок, сувенірів з природного матеріалу

(шишки, гілки, ягоди) і інших матеріалів (котушки, дріт у кольоровій обмотці, порожні коробки), міцно з'єднуючи частини. Формуються вміння самостійно робити іграшки для сюжетно-рольових ігор; сувеніри для батьків, співробітників дитячого саду; прикраси на ялинку. Добре залучати дітей до виготовлення посібників для занять, і самостійної діяльності, ремонту книг, настільно-друкованих ігор. Також з дітьми старшого дошкільного віку можна займатися бісероплетінням та вишивкою. У Базовому компоненті дошкільної освіти в освітній лінії «Дитина у світі культури» зазначено результат освітньої роботи: «виявляє інтерес до різних видів візуального мистецтва: декоративно-прикладного, живопису, графіки, скульптури, архітектури, дизайну. Відображає власні життєві враження, почуття, навички в образотворчій діяльності: малюванні, ліпленні, аплікації, конструюванні. Володіє технічними прийомами роботи з різними матеріалами, елементарною художньою майстерністю; створює образ різними засобами і техніками, творчо застосовує виражальні можливості лінії, кольору, композиції, ритму для реалізації свого задуму; застосовує дизайнерські уміння у грі та побуті. Фантазує, експериментує, змішуючи кольори, вигадуючи оригінальну композицію, змінюючи і створюючи нові форми» [5,с.146].

У Програмі «Дитина» та «Малятко» чітко визначена робота з папером, картоном та природнім матеріалом на заняттях з художньої праці для дітей старшого дошкільного віку.

Отже, аналізувавши дані програми можна прийти до висновку, що дитину потрібно привчати до естетичного смаку, щоб вона вміла красиво оформити свою зроблену іграшку, правильно підбирати кольори, допомогти іншим дітям.

Зазвичай у художній праці діти знаходять найвищу зацікавленість, успішність і, що найважливіше, низький рівень стомлюваності. Ці фактори позитивно впливають на загальний психічний, розумовий та творчий розвиток дитини.

У художній праці формується самостійність дітей на тлі загального розвитку і завдяки роботі з різними видами матеріалів. При цьому важливо пам'ятати, що художні можливості дітей диференційовані, а про результати їхнього навчання свідчить не лише те, наскільки вміло вони працюють, виготовляючи різні поробки, а й глибина та сила інтересу, самопізнання, ставлення до якості виконаного завдання, прагнення і намагання вдосконалювати навички художньої діяльності.

Висновки. Естетичне виховання дитини спрямоване на формування в неї здатності сприймати прекрасне у навколишньому світі і мистецтві, на розвиток естетичних почуттів, суджень, смаків, умінь, творчих здібностей, потреби брати участь у створенні прекрасного в житті і художній творчості.

Художня праця за своїм призначенням спрямована на задоволення естетичних потреб людини. У її зміст входить виготовлення виробів з природного матеріалу, паперу, картону, тканини, дерева. Ця праця сприяє розвитку фантазії, творчих здібностей; розвиває дрібні м'язи рук, сприяє вихованню витримки, наполегливості, вмінню доводити почате до кінця. Таким чином, є всі підстави розглядати художню працю як важливий елемент гармонійного і творчого розвитку дитини. Займаючись художньою працею, діти пізнають багато нового, розвивають художньо-творчі здібності. Впровадження художньої праці в діяльність дітей дошкільного віку є важливим та цінним заходом, що стимулює загальний особистісно-творчий розвиток дошкільників.

Література

1. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. – К.: Либідь, 1997. – 375с.
2. Поніманська Т.І., Дичківська І.М. Дошкільна педагогіка. Практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів, спеціальність "Дошкільне виховання" / Поніманська Т.І., Дичківська І.М. - К.: Видавничий Дім "Слово", 2004. - 352 с.
3. Крок за кроком в Україні: посібник для батьків дошкільнят та соціальних педагогів / Л. В. Артемова, О. І. Кульчицька, Н. М. Голота, Г. В. Сухорукова. - К.: Кобза. - 2003. – 384
4. Коментар до Базового компонента дошкільної освіти в Україні: Наук. - метод. посіб. / Наук. ред. О.Л. Кононко. - К.: Ред. журн. «Дошкільне виховання», -2003. - 243 с.

УДК:796.011.1 **Лодкин А.В.**

ИСТОРИЯ СПОРТА И ЕГО ФУНКЦИИ В ОБЩЕСТВЕ

На самых ранних этапах развития человечества борьба диктовала свои законы. Физическая сила и ловкость в повседневности играла очень важную роль. И поэтому древние люди разработали для себя различные системы тренировок. Австралийские аборигены постоянно упражнялись в стрельбе из лука и метании бумеранга, соревновались в беге и прыжках в длину. Индийские племена Америки бегали на дальние дистанции. Ацтеки Майа играли в баскетбол. Племена Африки занимались борьбой и бегом с грузом. Благодаря таким тренировкам охотники могли преследовать добычу в течение многих часов, а затем доставить тяжелый груз домой.

Также зарождение физической культуры объясняет ряд теорий:

- теория игры (Шиллер) – рассматривает, что спорт использовали исключительно для игровой деятельности, чтобы убрать избыток энергии.

- теория магии (Жиллет) - объясняет появление физической культуры как средство для тренировок магических танцев

-теория войны (Берк) - здесь название говорит само за себя, физическая культура была необходима для совершенствования ведения боя.

-материалистическая теория - одна из самых популярных теорий, которая рассматривает необходимость физической культуры для повседневного труда.

Также существует еще ряд мнений по поводу развития спорта и физической культуры в обществе. Сейчас мы с ними ознакомимся.

1) Согласно мнению социолога Макса Робера древние люди считали, что успех является «знаком Божественной благодати». Таким образом, достижения успеха стали культом, а занятия спортом предоставляли для этого большие возможности.

2) В Древней Греции молодых людей с помощью физических упражнений вводили в взрослую жизнь.

3) В конце 19 ст. религия начала терять свои позиции, а потребность в различных формах веры осталась. Церковная идеология перешла в спорт. В спорте появились новые формы воздействия на массы.

4) У Древних Греков совершенствование тела означало очищение духа. И как следствие для этого нужно было много тренироваться.

На сегодняшний день физическая культура и спорт выполняют следующие функции :

1.Соревновательную. Что обеспечивает выявление сильнейшего, определяющего уровень спортивной подготовки и резервные возможности в экспериментальных условиях. Включают систему подготовки спортсменов в соревновательной деятельности.

2. Воспитательная. Что обеспечивает с одной стороны соревновательную деятельность спортсменов, а с другой воспитание социально активной личности.

3.Повышает физическую активность, способствует подготовке к различным видам общественной деятельности и способствует всестороннему развитию человека.

4.Оздоровительная. Направлена на сохранение и укрепление здоровья.

5. Рекреационная. Позволяет использовать спорт как средство активного отдыха людей.

6. Производственная. Направлена на профессиональную подготовку для повышения производительности труда за счет укрепления здоровья, улучшения физического развития.

7.Познавательная. Для использования спортивной деятельности как модели для изучения максимальных возможностей организма в условиях соревнований. Укрепляющая дружеские отношения между странами и народами.

8.Зрелищная. Для удовлетворения желания миллионов людей стать свидетелями спортивных соревнований.

9.Экономическая. Для обеспечения финансовыми средствами развития спорта внутри страны, установление внешне – экономических связей.
10.Престижная. Использование спорта для повышения престижа страны.

Стоит отметить, что спорт помог многим людям потерявшим веру в себя и свои жизненные силы из за определенных жизненных ситуаций. Он дал им второе дыхание, он дал им способность для самореализации. Для примера рассмотрим влияние занятий бейсболом на психическое и духовное здоровье детей-сирот. Проблема укрепления здоровья сирот детей-сирот, лишенных родительской опеки остается актуальной в теории и практике физического воспитания. Психолого-педагогические наблюдение, проводимые с детьми-сиротами, занимающихся бейсболом в школе – интернат№1г..Донецка, 24 показали, что регулярные занятия спортом, и в частности бейсболом, служат не только средством развития физических качеств, но и имеют выраженное значение в социальной адаптации этой категории детей к нормальному образу жизни.

Как вы уже поняли, спорт оказывает большое влияние на повышение авторитета страны на международной арене. К повышению авторитета Украины причастны такие люди:

1) Жан Беленюк. Жан Венсанович Беленюк родился января 1991 года в Киеве. Мать – Украинка, отец с Раунды. Увлекался танцами, баскетболом. В 2000 году начал занятия борьбой, где и остался по сегодняшний день. Жан является бронзовым призером Универсиады 2013 года, двухразовый чемпион и бронзовый призер чемпионатов Европы 2016,2014,2012 годов. Бронзовый призер Олимпийских игр 2016 года. На следующей олимпиаде Жан надеется получить золотую медаль. Вот что он сам говорит по этому поводу: Ровно год назад мне удалось завоевать свою серебряную олимпийскую медаль! Оглядываясь назад, всегда понимаю, - что бы со мной не происходило, в конечном результате все складывается лучшим образом! Поэтому уверен на 100%, что эта медаль будет моим мотива тором вплоть до Токио2020 ! Я обязательно вернусь и сделаю все, дабы воплотить свою мечту! Спасибо всем, кто искренне верит в меня!

Пожелаем Жану Успехов в этой великой цели.

2) Виталий и Владимир Кличко. Виталий родился в 1971 году, а Владимир в 1976 году. Их дебют состоялся 16 ноября 1996 года в Гамбурге, в котором каждый из братьев нокаутировал соперника. А 2 июля 2011 года Виталию и Владимиру удалось осуществить, казалось, фантастическую мечту - собрать все самые престижные чемпионские пояса в супертяжелом весе в одной семье. Еще братья являются кандидатами физических наук.

3) Олег Верняев. Олег Верняев родился 29 сентября в городе Донецке. Украинский гимнаст, чемпион мира, четырехкратный чемпион Европы, двукратный чемпион Европейских игр, Олимпийский чемпион Олимпийских игр Рио –де-Жанейро 2016.

4) Руслан Пономарев. Родился 11 октября 1983 года в городе Горловка. Украинский шахматист. В 2002 году стал чемпионом мира по шахматам, в 1998 стал самым молодым гроссмейстером. Чемпион шахматной олимпиады в составе сборной Украины. Также Руслан двух кратный финалист кубка мира и победитель международного турнира.

5) Николай Павлов. Родился 22 мая 1982 года в Полтаве. Украинский волейболист, диагональный нападающий. Начал заниматься волейболом у тренеров Владислава Агасьянца и Татьяны Бужинской. В 2005 году играл в составе сборной Украины, далее продолжил карьеру в составе московского «Луча». Но команда была расформирована и Павел перешел в команду «Локомотив» Новосибирск. Павел является чемпионом Европы в Копенгагене 2013 года, чемпион Мировой лиги (Мартель – Плата 2013), и обладатель серебра на Всемирном кубке чемпионов (Япония 2013). .

6) Лилия Подкопаева. Родилась 15 августа 1978 года в Донецке. Украинская гимнастка Заслуженный мастер спорта Украины. Является Олимпийской чемпионкой в Атланте 1996 года в Атланте. Ее коронное двойное сальто вперед с поворотом на 180 градусов до сих пор не может повторить никто, даже среди мужчин.

7) Антон Крюков. Крюков Антон из Мариуполя. Заслуженный Мастер спорта Украины. Представлял нашу страну среди тяжелоатлетов на пара олимпиаде в Лондоне в весовой

категории до 100 кг. Антон – дебютант такого грандиозного турнира. В пара олимпийский спорт пришел в 2009 году, после того, как сотруднику охранного предприятия нанесли огнестрельное ранение. Была ампутация левой нижней конечности. Антон улыбается: несчастный случай. Но кто может сказать, что пришел в пара олимпийский спорт по счастливой случайности. Каламбур получается невеселый, но такова жизнь…

8) Вячеслав Олейник. Уроженец города Мариуполя. Первый Олимпийский чемпион независимой Украины по греко-римской борьбе. Родился он 27 апреля 1966. Борьбой начал заниматься в 1972 году под руководством Николая Пантази и Григория Узуна.

9) Василий Ломаченко. Василий Ломаченко является самым титулованным спортсменом Украины на любительском ринге: двукратный Олимпийский чемпион 2008 и 2012 годов, двукратный чемпион мира 2009 и 2011 годов, чемпион Европы 2008 года, чемпион мира среди юниоров 2006 года, чемпион Европы среди кадетов 2004 года, многократный чемпион Украины, обладатель Кубка Вэла Баркера.

10) Александр Усик. Украинский боксер, Олимпийский чемпион Лондона. На данный момент перешел в профессиональный бокс, где не имеет ни одного поражения.

11) Сергей Бубка. Сергей Бубка стал человеком-легендой еще до рождения независимой Украины, первым в мире преодолев планку на высоте 6 м еще в 1985 году. Но из 35 мировых рекордов часть Бубка установил и под сине-желтым флагом.

12) Яна Клочкова. Четыре раза в честь Яны Клочковой играл украинский гимн на Олимпийских играх, пять раз поднимался сине-желтый флаг. Ее прозвали “золотой рыбкой“. И действительно, больше олимпийского золота за Яну Украине до сих пор никто так и не принес.

13) Александр Сидоренко. Родился 27 мая 1960 года в городе Мариуполе. В шестнадцатилетнем возрасте он уже стал мастером спорта СССР. Через два года, на проходившем в Москве чемпионате СССР Александр Сидоренко на двухсотметровой дистанции в комплексном плавании установил новый мировой рекорд - 2 минуты 05,24 секунды. Является Олимпийским чемпионом 1980 года. К этим Олимпийским играм Александр прошел изнурительную подготовку. В интервью, которое он дал газете «Приазовский рабочий» Александр говорит, что даже сейчас после тех изнурительных нагрузок неохотно заходит в бассейн. Зайти в воду для него большая психологическая проблема.

Вот таким образом через свой тяжелые, ежедневный, кропотливый труд украинские спортсмены прославляли и будут прославлять Украину на международной арене.

Опираясь на вышеизложенный материал можно сделать вывод, что физическая культура и спорт за все время своего существования приносила только пользу. Если бы не существовало физической культуры как таковой, то и про духовное развитие личности не могло бы быть и речи. И именно поэтому она сейчас жизненно необходима студентам, поскольку студенческая молодежь на сегодняшний день поставлена в достаточно жесткие условия. Увеличились требования учебной программы, меняются условия жизни. И одной с самых острых проблем высшей школы является снижение показателя здоровья среди студентов

Причиной увеличения заболеваемости среди молодежи можно объяснить дефицитом двигательной активности в процессе всего обучения, что плохо влияет на физическое, духовное развитие, функциональную подготовку, а также на здоровье, и на трудоспособность. Только благодаря нормированным физическим нагрузкам можно избежать всех негативных последствий и улучшить свою трудоспособность. Результаты многочисленных опытов и наблюдений подтверждают тот факт что студенты которые занимаются спортом имеют лучшую успеваемость чем те кто не подвергает себя не каким физическим нагрузкам.

Литература

1. Донецкая Областная Государственная Администрация. Управление по вопросам физической культуры и спорта. Научно-практическая конференция Спортивная наука Донбасса. «Актуальные Проблемы Научно-Методического и Медико-Биологического Обеспечения Спорта Высших Достижений» Сборник научных работ. Г. Донецк 14-15 декабря 2007 г. Страницы: 6,12, 132,133.

Электронные ресурсы

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/Спорт
2.https://ru.wikipedia.org/wiki/Беленюк,_Жан,_Венсанович
3.https://ru.wikipedia.org/wiki/Братья_Кличко
4.https://ru.wikipedia.org/wiki/Павлов,_Николай_Владимирович_(волейболист)
5.http://pr.ua/news.php?new=26504
6.http://pr.ua/news.php?new=573
7.http://sport.bigmir.net/sport/sport/1588271-Nasha-gordost---TOP-10-sportsmenov--proslavivshih-Ukrainu

УДК 796.011.1 **Кононова К.С.**

ЗНАЧЕННЯ СПОРТУ ТА ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В ЖИТТІ ЛЮДИНИ

Фізична культура та спорт є важливою частиною культури соціуму та кожної людини окремо. В даний час не можна знайти жодної сфери людської діяльності, яка не була б пов'язана зі спортом. Проблему значення спорту та фізичної культури в житті людини досліджували: Г.М. Андрєєва, І. О. Аршавський, П. І. Готовцев, В. І. Дубровський та інші вчені та педагоги.

Метою дослідження є розкриття значення та фізичної культури в житті людини.

Історично фізична культура формувалася під впливом потреб суспільства у фізичній підготовці молодого покоління та дорослого населення до праці. Разом з тим, у міру еволюції систем виховання та освіти фізична культура ставала базовим видом культури, яка формує рухові вміння та навички. Фізична культура повинна супроводжувати людину протягом всього його життя [1].

Фізичною культурою та спортом в нашій країні займаються всього 8-10% населення, в той же час в більш економічно розвинених країнах світу цей показник досягає 40-60%. Значення фізкультури та спорту в житті людини значно збільшилася в останні десятиліття. Спорт та фізкультура істотно впливають на стан організму в цілому також на психіку та статус людини.

У сучасному світі з появою нової техніки і технологій має місце скорочення рухової активності людей і одночасно посилення впливу на організм несприятливих чинників, таких як забруднення навколишнього середовища, неправильне харчування, стреси. Крім того, знижується імунітет, що тягне за собою значну сприйнятливість до різноманітних хвороб. В даний час число людей з різноманітними захворюваннями зростає, так що зниження рухової активності є актуальною проблемою. Фізична культура і спорт - це найбільш значущий чинник зміцнення і збереження здоров'я.

Заняття фізичною культурою необхідні людині в усі періоди його життя. У дитячому та юнацькому віці вони сприяють злагодженій розвитку організму. У дорослих покращують морфо-функціональний стан, збільшують працездатність і зберігають здоров'я. У літніх, поряд з цим, затримують несприятливі вікові зміни.

Систематичні заняття фізичною культурою і спортом допомагають людям різного віку найбільш продуктивно використовувати свій вільний час, а також сприяють відмови від таких соціально і біологічно шкідливих звичок, як вживання спиртних напоїв і куріння. Зловживання фізичним навантаженням може принести чималу шкоду, тому при виборі ступеня навантаження на організм необхідно застосовувати індивідуальний підхід. Фізичне виховання - різнобічний, послідовний розвиток людського організму. Людина повинна бути міцною та здоровою.

В процесі занять фізичною культурою і спортом зменшується кількість серцевих скорочень, серце міцнішає і починає працювати більш економно, нормалізується тиск. Все це сприяє поліпшенню обміну речовин в тканинах. Вченими встановлено, що слідом за інтенсивними фізіологічними витратами йдуть відновлювальні процеси. Гормони надниркових залоз, які виробляються в процесі фізичного навантаження, благотворно діють на серце [2].

Заняття фізкультурою і спортом сприяють розширенню кровоносних судин, нормалізації тонусу їх стінок, поліпшення харчування та підвищення обміну речовин в стінках кровоносних

судин. Все це веде до збільшення еластичності стінок кровоносних судин і нормальній роботі серцево-судинної системи, яка є важливою складовою організму людини. Також помірне фізичне навантаження позитивно впливає на нирки: з них знімається навантаження, що призводить до їх кращому функціонуванню [1].

Особливо корисний вплив на кровоносні судини надають заняття такими видами фізичних вправ, як плавання, біг, біг на лижах, їзда на велосипеді. Регулярні заняття спортом допомагають безпечно зміцнити суглобово-зв'язковий апарат. Тривала помірне фізичне навантаження робить зв'язкову і суглобовий тканини еластичнішою, захищаючи її від надривів і розтягувань в майбутньому. У процесі будь-якої діяльності у людини наступають втома і перевтома. Однак виконання навіть короткочасних комплексів фізичних вправ призводить до ефективному відновленню як фізичної, так і розумової працездатності, а також зняття нервово-емоційних перенапруг.

Також необхідно відзначити, що систематичні фізичні навантаження різко знижують захворюваність населення, позитивно впливають на психіку людини - на його мислення, увагу, пам'ять, сприяють ефективному вихованню особистісних якостей, а саме наполегливості, волі, працьовитості, колективізму, товариськості, формує активну життєву позицію [3]. Під час заняття фізичною культурою і спортом здійснюється моральний розвиток займаються. Це розвиток націлене на встановлення у людини соціально цінних якостей, які формують його ставлення до інших людей, до суспільства, до самого себе і представляють те, що прийнято називати моральної вихованістю. Ця характеристика - найважливіша у визначенні особистості. Її зміст обумовлено нормами моралі, які є головними в суспільстві.

Долучитися до фізичної культури і спорту можна кількома способами: займаючись у спортивній секції з будь-якого виду спорту, беручи участь в заняттях груп здоров'я за місцем роботи або проживання, а також тренуючись самостійно. Велика кількість варіантів дає кожній людині можливість вибрати той з них, який задовольняє його вимогам і перевагам, і дозволяє кожному знайти ідеальний спосіб підтримувати себе в прекрасній фізичній формі. Останнім часом особливої популярності набули саме самостійні заняття фізкультурою - ними легко займатися в зручному для людини місці і в зручний час. Але для того, щоб домогтися найбільшого успіху, слід вивчити основні теоретичні знання в цій галузі для того, щоб не отримати травму в процесі тренувань.

Таким чином, спорт і фізична культура є багатофункціональним механізмом оздоровлення людей, самореалізації людини, його самовираження і розвитку. Тому останнім часом місце фізкультури і спорту в системі цінностей людини та сучасної культури різко збільшилася.

Литература

1.Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. М.: А спект Пресс, 2005. — 127 с.
2.Аршавский И.А. К теории индивидуального развития (Биофизические аспекты) // Биофизика. 1991. Т. 36. № 5.
3.Готовцев П.И., Дубровский В.И. Самоконтроль при занятиях физической культурой. М.: Физкультура и спорт, 1984 г. — 32 с.

УДК 796.912.082.2 **Федорова В.В.**

ПАРНОЕ ФИГУРНОЕ КАТАНИЕ НА КОНЬКАХ

Один из самых красивых зимних видов спорта – парное катание на коньках, еще и едва не самый древний. Корни его уходят аж в бронзовый век (конец 4-го –начало 1 тысячелетия до нашей эры)! Такое мнение высказывают археологи, обнаружившие костяные коньки, которые изготовлены из фаланг конечностей, принадлежащих крупным животным. Как спорт катание стало развиваться значительно позже, после появления в 12 веке в Голландии железных

коньков. Тогда-то и появились зачатки новой спортивной дисциплины – участники состязались в умении вычерчивать на ледяном зеркале изящные вензеля, сохраняя красивые позы.

В качестве самостоятельного и полноценного вида спорта фигурное катание сформировалось уже в 19 веке, а в 1871 году было официально признано на 1 Конгрессе конькобежцев. Первые состязания были организованы среди мужчин. В 1882 году в Вене. Кстати говоря, именно фигурное катание первым из зимних видов спорта попало в олимпийскую программу – прописавшись там в 1924 году, оно неизменно входит в перечень дисциплин Олимпиады.

Официальные соревнования по фигурному катанию проводятся с 1968 года: это чемпионаты мира, Европы, Олимпийских игр и другие. Обычно их организуют под эгидой Международного союза конькобежцев (ISU). Современные фигуристы катаются в пяти дисциплинах – мужском и женском одиночном катании, парном катании, спортивных танцах и групповом синхронном катании. Отмечу, что последняя дисциплина пока не стала законной частью официальных соревнований, однако, для любителей этого направления в фигурном катании проводится отдельный чемпионат мира.

Как понятно уже из названия, спортсмен выступает на льду один. Фигурист должен продемонстрировать, насколько хорошо он владеет элементами катания – вращениями (заклон, волчок, либела), прыжками (лутц, флип, тулуп, аксель, сальхов,риттбергер), шагами (дуги, тройки, перетяжки, скобки, выкрюки, петли), спиралями (движения, когда одна нога поднята выше уровня бедра). Уровень спортсмена оценивается по степени сложности и качеству исполнения групп элементов. Но судьи учитывают также и эмоциональную составляющую выступления, эстетику катания – артистизм, пластику, музыкальность и связь движений со звучащей композицией.

В этой разновидности задача усложняется – спортсмены не только демонстрировать мастерство исполнения элементов, но и создать впечатление единства каждого движения. Фигуристы показывают те же прыжки, спирали, шаги, но есть и особые элементы, которые может исполнить только пара: поддержки, выбросы, подкрутки, тодесы, параллельные и совместные вращения. Судьи оценивают качество и степень сложности исполнения, артистизм, а также синхронность работы фигуристов в паре – это один из очень важных критериев.

Спортивные танцы – весьма любопытная дисциплина с точки зрения технических требований. В отличии от парного фигурного катания, здесь на первый план выходит совместное исполнение танцевальных шагов в различных танцевальных позициях (стандартных и нестандартных). При этом разъединится партнерам на длительное время нельзя. Программа не включает выбросы, прыжки, поддержки и другие отличительные элементы предыдущей разновидности фигурного катания. Добавлю, что в олимпийскую программу танцы на льду попали лишь в 1976 году. Спортсмены делают акцент на внешней привлекательности, красоте и плавности движений, костюмах, потому спортивные танцы очень зрелищны и собирают толпы болельщиков. Соревнуются танцоры в двух видах программы – короткой и произвольной.

Относительно новая разновидность конькобежного спорта – групповое синхронное катание. Спортсмены выступают командами, каждая насчитывает 16-20 фигуристов, причем кататься одновременно могут и мужчины и женщины. ISU разграничивает команды следующим образом: новички (1и 2 спортивный разряды, возраст до 15 лет), юниоры (кандидаты в мастера спорта. возраст 12-18 лет) и сеньоры (мастера спорта, возраст от 14лет и старше). С сезона 2010-2011, соревнования по фигурному катанию проходят по обычной схеме. Сначала идет классификация: наиболее слабые (по результатам предыдущих соревнований) участники исполняют произвольную программу, сильные квалифицируются автоматически. После этого 20 пар, прошедшие квалификацию, исполняют короткую программу. Затем 16 лучших пар по итогам короткой программы исполняют произвольную. Победитель определяется по сумме короткой и произвольной программ.

В большинстве крупных соревнований квалификация не нужна: в парном катании как одном из наиболее сложных и травма-опасных видов фигурного катания не так много участников. Три элемента – синхронное вращение, синхронный прыжок и дорожка шагов – не

что иное, как синхронное исполнение аналогичных одиночных элементов. Спираль и совместное вращение партнеры выполняют вместе, как единое целое. Элементы «поддержка», «выброс», «подкрутка» и «тодес» вообще на имеют аналогов в одиночном катании. Все элементы должны быть связаны различными соединительными шагами и другими движениями парного катания, с разнообразными позициями и хватами, при полном использовании поверхности катка.

С одной стороны, парное катание – очень травма-опасный вид спорта. Нередки падения с поддержек и выбросов, травмы от конька партнера. С другой – «трюкачество» нередко использовалось, чтобы скрыть откровенно слабое катание одного из партнеров. Поэтому список запрещенных приемов широк:

Сальто / прыжки на встречу партнеру/ каскады из 4 и более прыжков / поддержки за запрещенные части тела / поддержки с поворотом более 3,5 оборотов / вращательные движения, когда партнер вращает партнершу в воздухе вокруг себя. Держа ее за руку или за ногу / крутящие или вращательные движения с хватом одного из партнеров за ногу, руку или шею другого партнера / перевороты партнерши в вертикальной плоскости.

Одним из красивейших видов спорта, которые входят в программу Олимпийских игр, является фигурное катание. Помимо большого разнообразия спортивных состязаний в разных дисциплинах фигурного катания, очень много шоу программ, в которых принимают участие лучшие фигуристы мира. Одним из наиболее популярных видов в спорте, который отличается выразительностью движений и высокой эмоциональностью, является фигурное катание на коньках. Лучшие фигуристы мира в данном виде спорта за счет титанических усилий, добиваются постоянного совершенствования своего мастерства. Фигурное катание является общедоступным видом спорта. Заниматься им начинают еще в дошкольном возрасте.

Фигурное катание, ка и большинство видов спорта, влияет на повышение функций в вестибулярном аппарате, улучшает состояние органов кровообращения и дыхания. Парное и одиночное катание женщин и мужчин, а также танцы на льду, вот те виды, которые включены в мировые чемпионаты. Произвольная программа, обязательные упражнения и короткая произвольная программа выполняется в обязательном порядке.

Литература

1.Чайковская Е.А. «История фигурного катания» стр. 67-78
2.Хвостов М. «Фигурное катание на коньках» стр. 56-67
3.Абсалямова И.Г. «Синхронное фигурное катание» стр. 98-123

УДК 796.323.088 **Петренко Е.С.**

МИНИ-БАСКЕТБОЛ

В 1948 году американский учитель Джей Арчер, впервые применив облегченные мячи и снизив высоту колец, скорректировал правила игры в баскетбол специально для детей. Легенда гласит, что на эту мысль его, якобы, навел бинокль, который оказался у него в руках во время просмотра одной из игр. Будто бы он случайно посмотрел в него с обратной стороны и увидел крохотных человечков, быстро передвигающихся по площадке. И он понял, что маленьким людям для полноценной игры нужна меньшая площадка. Свою идею он применил в 1948 году. Поле стало меньше, линия штрафных бросков приближалась к кольцу, а трех-очковая зона вообще отменялась. Кольца устанавливаются на меньшие щиты на высоте 2,6м.

Но только в 1967 году по инициативе лидеров мирового баскетбола – испанца Анселмо Лопеса, англичанина Вильяма Джонса и француза Роберта Бюснеля мини-баскетбол получил официальное международное признание. Эта инициатива исходила самых высших функционеров мирового баскетбола. И через год в ФИБА был образован Международный комитет по мини- баскетболу.

Мини – баскетбол, как спортивная игра, в первую очередь привлекает своей яркой зрелищностью. Наличием большого количества технико-тактических приемов. Обладая

высокой динамичностью, эмоциональностью и в тоже время индивидуализмом и коллективизмом, мини-баскетбол, по мнению многих специалистов в области спорта, является одним из самых эффективных факторов всестороннего физического развития.

В самом начале развития мини-баскетбола в СССР лишь изредка проводились соревнования, которые лишь отдаленно напоминали игру в мини-баскетбол. Однако следует отметить, что достаточно много таких игр проводилось в республиках Прибалтики. Но тогда не существовало единых правил и официальные соревнования не проводились. Лишь только в 1973 году Федерацией баскетбола СССР принимается решение о создании комитета по мини-баскетболу. После его создания в СССР начинается активное движение и организация официальных соревнований для самых юных спортсменов-баскетболистов. В Ленинграде проводится впервые в СССР – Первый Всесоюзный фестиваль по мини-баскетболу.

Начиная с 1991 года комитет по мини-баскетболу начал регулярно проводить международные соревнования под названием «Jamboree». Название это пришло из далеких времен, когда племена индейцев собирались вместе для демонстрации их воинами своих умений, знаний и успехов в боевом искусстве. Взяв за образец соревнования древних индейцев, Евро-комитет «ФИБА мини-баскетбол» стал ежегодно собирать на соревнования команды из различных стран европейского континента. Одна из основных идей мини-баскетбола, которая провозглашена ФИБА: «Игра мини-баскетбол –это удовольствие и забава, а не состязание». Проигравших на турнире «Jamboree» не было.

Игра заключатся в том, что игроки двух команд, передвигаются по площадке с мячом или без него и, преодолевая сопротивление соперника, стараются забросить мяч в корзину противника, одновременно не давая возможности завладеть им мячом и бросить его в свою корзину. Победителем считается та команда, которая после истечения игрового времени забросила наибольшее количество мячей в корзину соперника. Во время игры каждый игрок стремится превзойти своего соперника быстротой своих действий, которые направлены на достижение победы. Игра приучает игроков максимально мобилизовать свои силы и возможности, преодолевать трудности, возникающие во время игры, действовать с максимальным напряжением физических и моральных сил. Все эти факторы способствуют воспитанию у молодых людей решительности, настойчивости и целеустремленности

Обстановка во время игры постоянно изменяется и все время создаются новые игровые ситуации. Такие условия заставляют игроков постоянно наблюдать за ходом игры, развивают у них способности мгновенно оценивать позицию, действовать быстро, находчиво и инициативно в любых ситуациях. Наблюдая за процессом игры, игроки развивают у себя способности к концентрации внимания, временной и пространственной ориентации.

Основные правила игры.

1.Матч по мини-баскетболу проводится между двумя командами по пять человек в каждой. Команда состоит из 10 игроков: пять на площадке и пять запасных (запасные игроки обязательны). Игроки должны иметь форму одинакового цвета и у каждого на спине и на груди должен быть игровой номер (хотя в дворовом варианте игры нередко обходятся и без него).

2.Игра состоит из 20-ти минутных таймов, между которыми делается 10-ти минутный перерыв.

3.При попадании мяча в корзину команде начисляется два очка, со штрафного броска – одно очко. Игра может завершится победой одной из команд или с ничейным результатом.

4. Мяч можно передавать, бросать или вести (ударяя его о площадку одной рукой) в любом направлении. Мяч считается вышедшим из игры, если он:

а) коснулся пола, человека или предмета вне площадки или на линии, ограничивающую площадку

б) если он коснулся игрока, находившегося в тот момент вне площадки или оказавшийся на линии ограничивающую площадку

в) коснулся стойки на задней линии

г) игрок, получивший мяч в движении, может сделать с ним не более двух шагов, после чего он обязан выполнить или передачу или бросок

д) игроку запрещается вести мяч ударами двух рук одновременно.

5. Игроку запрещается более трех секунд находится в трехсекундной зоне команды соперника, когда мячом владеет команда этого игрока.

Играют в мини-баскетбол два тайма по двадцать минут, с 10-ти минутным перерывом. Каждый тайм делится на два периода с обязательным 2- минутным перерывом. В течении первых трех 6-ти минутных периодов каждый из 10-ти игроков команды должен сыграть не менее одного и не более двух периодов. Замены могут проводится только во время перерывов. В заключительном периоде второго тайма каждой команде дают по одному минутному перерыву. Во время этих перерывов также разрешается делать замены игроков. Каждый период начинают с розыгрыша спорного броска От каждой команды приглашают по одному игроку в центральный круг. Запрещается ударять по мячу ногой или кулаком, но случайное касание мяча ногой не является нарушением. В течении 30 сек от момента овладения мячом нападающие должны произвести бросок в корзину противника.

При ошибках нападающих мяч вводится игроком соперников из-за боковой линии с места, указанного судьей. В мини-баскетболе, как и в «большом» баскетболе, игроков , ведущих себя не дисциплинированно или грубо, удаляют с поля. Все игроки стремятся избегать столкновений с соперниками. Если оно все же произошло, то игрока, который сознательно вызвал его или не пытался избежать, наказывают персональным замечанием.

Приведенные правила игры можно несколько видоизменять в соответствии с местными условиями. Так, в сельских школах, где спортивные залы небольших размеров, можно играть с меньшим составом игроков. При отсутствии специальных мячей для мини-баскетбола пользуются мячами для футбола, водного поло и др. Разнообразные спортивные снаряды для игры в баскетбол можно выбрать и купить. Прежде, чем сделать выбор, нужно понимать, что даже самый качественный и дорогой мяч бьется об асфальт на спортивной площадке возле дома.

Литература

1.Поплавский Л.Ю. Баскетбол учебник «Литкон» 1996, стр. 115
2.Родин А.В. Баскетбол в школе стр.78-90
3.Лепешкин В.А. Мини-баскетбол стр. 45-67
4.Морган В.Т. Как добиться успеха в мини-баскетболе стр. 78-100

УДК_378.015.31-056.26:796 **Конєва О.І.**

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОЇ МЕДИЧНОЇ ГРУПИ

Серед студентської молоді наявність серйозних відхилень у стані здоров'я спостерігається у 20,6% (за даними М.М.Бобиревої), а саме: вони мають незадовільний стан здоров'я, низький рівень фізичного розвитку, надлишкову вагу [1].

Заняття у спеціальних медичних групах справляють лікувальний ефект лише при правильному, регулярному, тривалому використанні фізичних вправ. У цих цілях розроблені методика проведення занять, показання та протипоказання щодо їх використання, врахування ефективності, гігієнічні вимоги до місць занять.

До спеціальної медичної групи необхідно приймаюти студентів, які мають незначні відхилення у стані здоров'я, відповідно до переліку показань для призначення медичної групи. В групі необхідно створти комфортні умов для ослаблених студентів за допомогою диференційованого підходу при здійсненні освітнього процесу з урахуванням особливостей їх розвитку та стану здоров'я, у виконанні медико-психологічних рекомендацій; формування у студентів навичок здорового способу життя.

Принципи проведення занять.

Перший принцип полягає в оздоровчій, лікувально-профілактичній спрямованості використання засобів фізичного виховання. Будь-які заняття фізичними вправами та спортом в нашій країні у відповідності з програмною настановою фізкультурного руху держави мають

оздоровчу спрямованість. Для студентів СМГ цей принцип є головним. Відбираючи засоби фізичного виховання, він проходить крізь всі етапи методики та організації занять. Важливість цього принципу пояснюється набагато більшим об'ємом оздоровчих завдань при роботі з контингентами СМГ.

Другий принцип фізичного виховання студентів СМГ полягає в диференційованому підході до використання засобів фізичної культури, в залежності від характеру та наявності структурних та функціональних порушень в організмі, викликаних патологічним процесом. Під час будь-яких занять фізичними вправами навантаження, які використовуються, диференціюють в залежності від віку, статі та фізичної підготовленості. В заняттях СМГ окрім цього, фактором, який визначає кількісні та якісні особливості фізичних навантажень та можливості загартовування, стає захворювання, яке характеризує своєрідність організму. Ці особливості потребують для кожного учня окремих засобів та методів фізичного виховання.

Третій принцип, який повинен дотримуватися в процесі фізичного виховання студентів СМГ, полягає в професійно-прикладній спрямованості занять. Проводячи заняття з фізичного виховання з студентами СМГ, які раніше перенесли хворобу, викладач повинен не тільки забезпечити найшвидше відновлення ушкоджених органів та систем, але допомогти студенту в процесі занять фізичними вправами набути необхідних для доброго засвоєння рухових навичок, за допомогою методів фізичного тренування відшліфувати їх, підготувати ЦНС та інші функціональні системи організму до того, щоб вони змогли забезпечити високу працездатність. Якщо врахувати , що в студентів в результаті перенесеного захворювання часто існують значні порушення в організмі, які ускладнюють пристосування до умов фізичних напружень, то стає очевидною складність здійснення цього принципу.

Загально-прийнята структура заняття з фізичного виховання:

Ввідна частина (3-4 хв.) включає підрахунок ЧСС, дихальні вправи.

Підготовчу частину (10-15 хв.) відводять для загально-розвиваючих вправ, які виконуються спочатку у повільному, а потім у середньому темпі. Кожна вправа повторюється спочатку 4-5 разів. Застосовують ЗРВ для основних груп м'язів рук, ніг та тулуба, при яких повинна працювати, принаймні, половина м'язової групи. При виконанні особливу увагу слід звертати на глибоке та рівномірне дихання, не рекомендується виконання вправ, які потребують великих м'язових зусиль, поважчують дихання. Доцільно чергувати спеціальні дихальні вправи зі звичайними, в такій послідовності: перші два місяці - 1:2, наступні два місяці - 1:3 та на п'ятому-шостому місяцях - 1:4. Спеціальні дихальні вправи, які застосуються після найбільш втомливих фізичних навантажень, дозволяють зменшити ступінь функціональної напруги, яку переносить організм.

Основна частина (15-20 хв.) відводиться для навчання та тренування. В ній студенти оволодівають новими фізичними вправами та руховими навичками. Здійснюють розвиток рухових якостей та забезпечують вирішення основних завдань фізичного виховання на кожному конкретному етапі занять. Фізіологічна крива заняття повинна мати найбільший підйом в другій половині основної частини. При навчанні конкретній руховій дії, коли принцип "розсіювання" не можливо застосувати, не порушуючи процес засвоєння вправи, доцільно застосовувати рухові переключення у вигляді короткочасних рухів які виконуються м'язами котрі не втомились.

Проводячи заняття по кожному з розділів спортивної підготовки, необхідно на матеріалі, який засвоюється, забезпечити не тільки оволодіння елементарними рухами цього виду спорту, але й формування різноманітних рухових якостей та здібностей, інакше кажучи, заняття з легкої атлетики повинні допомагати студенту засвоїти не тільки основні рухи цього виду спорту, але й розвивати рухові якості: витривалість, силу та швидкість. При цьому важливо мати на увазі, що фізичні вправи в залежності від їх особливостей можуть по-різному впливати на організм. Це необхідно враховувати в заняттях СМГ, намагаючись уникнути вузькоспеціалізованого розвитку рухових якостей, що досягається за рахунок використання прав різної інтенсивності (мала - для розвитку витривалості, велика - для розвитку сили та швидкості).

Заключна частина (5 хвилин) включає вправи на розслаблення та дихальні вправи. Основне завдання заключної частини - сприяти відновленню відхилень функціонального стану організму студентів, викликаних фізичними навантаженнями основної частини. З цією метою рекомендовано включати в заключну частину заняття вправи для тих м'язових груп, які не приймали участь в рухах, використаних студентами. Із метою контролю за правильним розподілом навантаження під час заняття студентів на першому ж занятті навчають вимірювати ЧСС, яку за сигналом викладача вони визначають протягом 10 секундного інтервалу часу. Такий підрахунок виконується 4 рази в кожному занятті: до заняття, в середині його - після найбільш важкої вправи основної частини, безпосередньо (в перші 10 секунд) після заняття та через 5 хвилин відновлювального періоду.

Завдання фізичної освіти - навчити студентів користуватися набутими знаннями, щоб використовувати засвоєні уміння і навички в практичній діяльності. Окрім виконання специфічної функції, фізична освіта сприяє більш ефективному вирішенню функцій освіти, а також її видів: розумової, політичної, професійної тощо. Таким чином, фізична освіта як вид освіти - спеціально організований педагогічний процес, спрямований на всесторонній фізичний розвиток студентської молоді, їх специфіку підготовки до виконання соціальних обов'язків у суспільстві.

Литература

1. Бобырева М. М. Совершенствование методики профессионально-прикладной физической подготовки студентов медицинских вузов : автореф. дис. На соискание уч. степени канд. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теория и методика физического воспитания, спортивной тренировки, оздоровительной и адаптивной физической культуры» / Бобырева М. М. Алматы, 2008. – 27с.
2. Заплатина О.А. Роль физического воспитания в подготовке студентов вуза к будущей профессиональной деятельности : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. пед. наук : спец.13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» /О.А. Заплатина. – Кемерово, 2007. – 24 с.

УДК - 796.41:612.21 **Клименко Е.П.**

КАК ПРАВИЛЬНО ДІШАТЬ В ЙОГЕ

Через дыхание можно установить связь с внутренним миром, активировать энергетические потоки, успокоиться или, наоборот, прийти в легкое возбуждение. Важным элементом йоги является правильная постановка дыхания. Приобрести этот навык можно посредством постоянных практик и тренировок.

Дыхание — совокупность процессов, обеспечивающих поступление кислорода во внутренние органы в результате которых в клетках освобождается энергия для обеспечения жизнедеятельности организма. Разберемся, какое дыхание бывает. Считается, что правильно дышать — животом. При этом легкие задействованы полностью. Так дышат младенцы: их животики как будто «ходят ходуном».

Существуют три основных типа дыхания:

1. Верхнее (ключичное) задействует верхнюю часть легких. Работают только плечи и грудь, в результате чего безрезультатно тратиться много энергии.
2.Среднее (межреберное) задействует среднюю часть легких. Активны межреберные мышцы.
3.Нижнее (диафрагмальное). Дыхание животом. Считается наиболее полезным видом дыхания. При вдохе наполняются кислородом средняя и нижняя части легких, а диафрагма выгибается вниз, массируя внутренние органы.

Во время тренировок йоги дышат исключительно носом. Дыхание ртом используется в крайнем случае как запасной вариант, например, если нос заложен. При полном дыхании работает вся дыхательная система и насыщается кислородом весь организм. Подготовка к полному дыханию йогов включает в себя абсолютное расслабление. Используется нижнее (диафрагмальное) дыхание в положении сидя на коленях. Чтобы научиться правильно дышать в

занятиях йогой важно достичь состояния полной расслабленности и поддерживать его на протяжении всего упражнения. Правильное дыхание в йоге поможет избавиться от токсинов, максимально насытит организм кислородом. Важно следить за позой вашего тела. На протяжении всего упражнения осанка должна оставаться правильной.

Чтобы научиться правильно дышать нужно придерживаться установки: во время самостоятельных упражнений для тренировки техники дыхания в йоге – не нужно следить за дыханием. Попытки постоянного контроля дыхания во время упражнений приводят к напряженному состоянию, потере ориентации и как результат – его сбою.

Подготовка к занятиям:

Нужно прислушиваться к себе и своему организму. Если во время упражнений ухудшилось самочувствие, ощутили дискомфорт, головокружение, повысилась эмоциональность – упражнение нужно прекратить. Лягте, расслабьтесь, и после этого вернитесь к постепенному увеличению повторов. При правильном дыхании повысится бодрость и увеличивается мышечный тонус.

Важно правильно выбрать место для тренировок. Обстановка должна быть приятной и уединенной. Проветрите помещение перед занятиями. Лучше делать упражнения на свежем воздухе или перед открытым окном.

-Узкие, давящие аксессуары и предметы гардероба следует снять.

-Желудок не должен быть полон.

-Продолжительность занятий — не менее двадцати минут.

-Настроение должно быть радостным или умиротворенным.

В занятиях йогой присутствуют дыхательные практики, призванные управлять праной (жизненной энергией), помогающие научиться правильному дыханию во время занятий. Пранаяма — четвертая ступень в йоге. Является первейшим условием для концентрации внимания и медитаций. Само понятие «пранаяма» состоит из двух слов: «прана» – энергия дыхания и «аяма» – ограничение, продолжительность или расширение. Цель пранаямы — освоение техник дыхания и обучение управлению праной. Считается, что начинать изучение пранаямы возможно лишь после освоения главных асан хатха-йоги, при этом процесс должен проходить под руководством опытного наставника. Правильное дыхание во время упражнений предоставляет возможность лучше проработать асаны, помогает расслабиться. Можно научиться управлять жизненной энергией – праной.

Правильное дыхание при занятиях йогой оказывает положительное воздействие на организм: Освежает тело и ум; увеличивает возможности легких; крепляет иммунную систему; улучшает концентрацию внимания; улучшает кровообращение; успокаивает мозг.

Литература

1. "Йога-сутры" в изложении Вивекананды, перевод с английского Я.Попова. В кн.: С.Вивекананда. Ражда-Йога и афоризмы йога Патанджали. - Сосница, 1906; – 1063 с.
2. Шэрон Гэннон, Дэвид Лайф. Дживамукти Йога. - США. 2003; - 473 с.
3. Йог Рамачарака. Наука о дыхании индийских йогов. СПб. 1916. - 93 с.

УДК 796.011.1

Хоцький Е.А.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ В УКРАЇНІ

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасної людини через малорухливого способу життя і незручного положення тіла в процесі роботи є проблеми зі здоров'ям. Зрозуміло, що спорт в навчально-виховному процесі повинні закласти основи нашого фізичного здоров'я.

Варто зазначити основні проблеми галузі. Насамперед, це незадовільний стан використання та утримання матеріально-технічної бази фізичної культури. Негативний вплив має відсутність програми взаємодії різних державних структур і громадських організацій, які

беруть участь у фізкультурно-спортивному русі. Через відсутність фінансування система спортивних споруд не відповідає технічним вимогам.Зазначені проблеми галузі не знайшли адекватного відображення у суспільній свідомості.

Але не поодинокі випадки, коли студенти починають переконувати викладача, що їм нічого не можна робити, так їм сказав лікар. Фахівці у області фізичної культури, вчені твердять про те, що сучасний стан у вищих навчальних закладах не дозволяє очікувати поліпшення його. Зараз актуальним впровадження низки норм, які покликані забезпечити якісну освіту в сучасному українському суспільстві.

Модернізація вищої освіти повинна відбувається, з метою створення європейського освітнього простору. Цей процес повинен був підвищити можливість випускників вищих навчальних закладів. Аналіз законодавчих актів показав, що копіювання навчальних планів Європейських університетів, ігнорування рівня сучасного матеріально–технічного забезпечення наших вищих навчальних закладів може не тільки завдати шкоди розвитку фізичного виховання в Освітніх установах.

Нині здійснюється Загальнодержавна цільова соціальна програма розвитку фізичної культури і спорту. Основними завданнями Програми є:

1. Проведення фізкультурно - основний оздоровчої усіх в житті та у виробничій сфері.
2. Впровадження ефективних форм і засобів фізкультурно - спортивної діяльності та розвиток видів спорту з урахуванням місцевих особливостей та економічних факторів.
3. Забезпечення розвитку фізкультури і спорту, спорту вищих досягнень, спорту ветеранів та інвалідів.
4. Удосконалення, матеріально – технічної бази.
5. Фізкультурно - оздоровча діяльність у житті.
6. Забезпечення передових позицій у спорті вищих досягнень, сприяння розвитку олімпійського руху, піднесення авторитету держави і міста на міжнародній спортивній арені;
7. Фізкультурно - оздоровча та реабілітаційна робота серед інвалідів, та реабілітаційна робота серед інвалідів.
8. Підвищення рівня нормативно - правового, кадрового, матеріально - технічного, фінансового, науково - методичного, медичного, інформаційного та організаційного забезпечення.
9. Створення умов для фізичного виховання і спорту в навчальних закладах села, за місцем роботи, проживання та відпочинку населення.
10. Реформування організаційних основ фізкультурно - спортивного руху, стимулювання створення широкої мережі фізкультурно - спортивних клубів.

Таким чином, починаючи з кінця років минулого століття, в Україні, по-перше почала формуватися власна політика в сфері фізичної культури і спорту, зберігаючи найкращі здобутки минулого, по-друге, модернізація цієї сфери не була позбавлена суперечностей і труднощів, по-третє, простежується тенденція до динаміки і поступового подолання деформації початкового періоду трансформаційних процесів в Україні. Підкреслимо, що нормативно-правова база даної сфери є основним чинником, що визначає механізми реалізації соціальних прав громадян на заняття фізичною культурою і спортом.

Література

1.“ Про заходи щодо вдосконалення системи фізичного виховання дітей та молоді у навчальних закладах і розвитку дитячо-юнацького спорту ” [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/478/2009

2.“ Все Украинская научная конференция ” [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://eprints.zu.edu.ua

УДК – 796.412 **Померанская Н.В.**

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ФИТНЕСЕ

Новые разновидности фитнеса появляются постоянно, на в реальности практике редко можно встретить что-то действительно инновационное. Чаще всего спортивные клубы и их тренеры создают гибриды: пилокс, зумба, пилардио, которые не предлагают на самом являются «хорошо забытым старым». Но это позволяет не только разнообразить тренировки, но и сэкономить время клиентов. Такие программы-гибриды оптимальным образом удовлетворяют потребности тренирующихся, а фитнес-индустрия сегодня следует за клиентом.

Одним из явных трендов нового фитнеса являются функциональные тренировки. Большинство программ-гибридов строятся с акцентом на работу мышц-стабилизаторов, которые во время стандартных силовых упражнений мало прорабатываются, хотя от них во многом зависит правильное и безопасное выполнение движений, совершаемых на тренировках и в повседневной жизни.

Другая фитнес-тенденция – это развитие танцевальных и развлекательных направлений. Хорошая кардионагрузка, легко переносимая психологически, только повышает популярность таких программ. Во многих фитнес-центрах с танцами скрещивают йогу, плиометрию и пилатес. Но многие специалисты придерживаются мнения, что это неэффективно, так как это спортивные тренировки, а йога, пилатес и прыжки дают абсолютно противоположную нагрузку на мышцы и позвоночник, и не должны объединяться в одну тренировку.

Не на всех занятиях новыми направлениями фитнеса придется только танцевать. Бывают тренировки, на которых тренеры предлагают клиентам барабанить. А вместо инструментов в Drum-fitness («drum»- с английского «барабан») используют фитбол, по которому целый час выбивается палочками ритм под присмотром тренера. В итоге так можно потерять до 150 ккал за 20 минут, что нельзя назвать серьезным прорывом в мире фитнеса, так как реальным итогом от таких занятий является лишь хорошее настроение.

В настоящее время быстро набирает популярность относительно новая дисциплина, которая называется **CrossFit**. Это программа, разработанная специально для того, чтобы тренировать все мышцы тела. Она оптимизирует физическую готовность сердечно-сосудистой и дыхательной систем, улучшает выносливость, силу, гибкость, скорость, координацию, ловкость, баланс и точность. Кроссфит-упражнения делятся на чисто физкультурные, предназначенные для людей без профессиональной спортивной подготовки, и более сложные, которые практикуют подготовленные атлеты в соревновательных целях. Занятия отличает высокая интенсивность за короткое время, основанная на максимальном числе повторений и большом разнообразии упражнений. Согласно статистике, этот вид спорта в одинаковой мере привлекает мужчин и женщин.

Занятия по системе **CrossFit**, делятся на три блока, каждый из которых длится двадцать минут. Первый блок отличается активным ритмом и направлен на тренировку сердца и дыхательной системы. Во время второго блока чередуются физические нагрузки на различные мышцы. Третий блок упражнений производится в спокойном темпе и позволяет растянуть мышцы и восстановить дыхание. В результате одна тренировка приносит максимум пользы: укрепляются мышцы, сжигается лишний жир, формируется правильная осанка, улучшается работа сердца и дыхательной системы.

Интересной также является **аквадинамика** - оригинальный и тонизирующий метод, преимуществом которого является исключение травматического риска при тренировке мышц, укрепление сердца и легких, повышение выносливости и сжигание лишних калорий. Такой курс хореографической гимнастики проводится на воде, без использования какого-либо спортивного оборудования. Уроки проходят под энергичную и веселую музыку. Совершенно без риска упражняются мышцы всего человеческого тела, укрепляются легкие и сердце, вырабатывается выносливость. Всего лишь за одну тренировку можно лишиться 500-700 калорий.

В мире аквафитнеса появилась еще одна новинка — **гидрорайдеры**, одна из самых успешных разработок фитнес-индустрии последних лет, популярность которой стремительно растет. Тренировка проводится на прогрессивном и высокотехнологичном оборудовании — водных велотренажерах, установленных прямо на дне бассейна. Занятия на **гидрорайдерах** благотворно влияют на фигуру, способствуют гармоничному снижению веса, отлично укрепляют мышцы и прорабатывают даже самые труднодоступные зоны. В основе уникальности занятий в бассейне на велотренажёре — двойной эффект: смягчение физических нагрузок свойствами воды и гидромассаж за счёт вращения педалей.

Вода плотнее воздуха, поэтому она облегчает нагрузку на мышцы и суставы, моделирует плавность движений и вместе с тем генерирует дополнительное сопротивление при выполнении упражнений. Также занятия на акватренажере создают лечебный эффект. Во время занятий водной физкультурой организм вырабатывает дополнительную энергию для выравнивания разницы температуры тела и воды. Это приводит к сжиганию жировых отложений, избавляет от лишнего веса.

Байлотерапия - один из самых необычных видов фитнеса, аэробика в миксе с танцевальными телодвижениями. Такие танцы раскрепощают и делают движения пластичней. Занятия длятся примерно час, бывает больше. Начинать необходимо с 15-минутной растяжки, после этого идут интенсивные кардиоупражнения, в конце снова растяжка. Польза состоит в том, что такие упражнения улучшают контуры икр и бедер, приводят в тонус мышцы живота. Но также существуют и некоторые противопоказания: нельзя заниматься таким видом фитнеса людям с болезнями позвоночника, а также тем, кто недавно перенес травму. Главное — не перенапрягаться на первых занятиях, так как организм должен привыкнуть к высокой интенсивности движений.

Относительно недавно стал популярен такой вид спорта, как **фитнес на трапеции.** Это намного интереснее и оригинальнее, чем обычный фитнес, кроме того, это очень полезно так, как во время занятий оказывается нагрузка на абсолютно все группы мышцы. А благодаря трапеции создается ощущение полета, в котором каждый чувствует себя невероятно комфортно. Как правило, занятия данным видом фитнеса проводятся в специальном зале, который оборудован прочными канатами, закрепленными на потолке и перекладинами, которые изготовлены из нескользящего материала, что позволяет избежать множества травм во время тренировок.

Длительность тренировки обычно не превышает часа, и делится на разминочную часть и основную. Разминка проводится без трапеции, легкими размеренными упражнениями. Основная же часть фитнеса посвящена занятиям на самой трапеции, она более подвижна и включает энергичные упражнения. Разносторонняя нагрузка включает тренировку сердечнососудистой системы, различных мышечных тканей, в том числе мышц-стабилизаторов, растяжки. Завершают тренировку элементы полета на трапеции под соответствующую музыку, усиливающую неповторимые ощущения.

Среди девушек большую популярность сейчас набирает фитнес на **Bosu.** Это такой тренажер, внешне напоминающий половинку фитбола: пластиковая платформа чуть больше 60 см в диаметре с резиновым куполом высотой около 30 см. Bosu помогает исправлению и улучшению осанки, коррекции фигуры, повышении гибкости тела, а также подходит для полноценных занятий пилатесом и другими разновидностями фитнеса. Во многом упражнения напоминают степ-аэробику. Данный тренажер способствует тренировке вестибулярного аппарата и позволяет задействовать самые разные группы мышц, развивая ловкость и силу.

Новым видом фитнеса является также **будокон,** состоящий из двух частей — физической части и медитации дзен. Физические упражнения строятся на комбинации древних и современных видов йоги и боевых искусств. Он уникален он тем, что подходит и новичкам, и профессиональным спортсменам. Называть его можно по-разному: духовная практика, фитнес, вид спорта, важно то, что будокон помогает развивать не только выносливость и силу, но и помогает справляться со стрессами, неизбежными при современном ритме жизни. Достаточно

активные физические нагрузки помогут сжечь лишний жир, позволяют проработать все группы мышц, не перетруждая их и давая необходимую растяжку.

Для тех, кому удобнее заниматься дома, понравится такая инновация как **Domyos Interactive System** или сокращенно DIS — это небольшая приставка, которая подключается и к телевизору, и к тренажерам. Например, к интерактивному коврику или перчаткам, велотренажеру. В приставку вставляется специальный картридж, а на экране телевизора через несколько секунд появляется инструкция по тренировке. В процессе занятия на экране телевизора отображаются все показатели. Такая система позволяет заниматься фитнесом дома и ничуть не уступает тренировке в зале. Можно укреплять разные группы мышц, развивать выносливость и координацию движений. Все, что Вам нужно — это сама консоль Domyos Interactive, телевизор и спортивный настрой. На выбор предложены три программы: велотренажер, степ-аэробика и фитнес-тренинг.

Look and Move — еще один новый комплекс упражнений. Его выполнять необходимо в домашних условиях, для чего понадобится коврик, груз для лодыжек, гантели. Для наглядности нужно приобрести специальный DVD-диск, который включает комплекс упражнений. Данный комплекс адаптирован для любой женщины, совершенно независимо от возраста её и веса. Метод очень оригинальный, достаточно простой и результативный. Метод **Look and Move** позволяет тренировать мышцы всего тела и сбрасывать лишний вес

Литература

1. Коваль, Т.Е. Использование комбинированного подхода в технологии проектирования оздоровительных программ / Т.Е. Коваль, Л.В. Ярчиковская, О.В. Ошина // Теория и практика физической культуры. - 2015. - № 2. - С. 98-100.
2. Оздоровительные программы по физической культуре и спорту / Р.С. Минвалиев, Т.Е. Коваль, Л.В. Ярчиковская [и др.]. - СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2014. - 234 с.
3. Сапожникова О. В. Инновационная технология применения физических упражнений с отягощениями : монография / О. В. Сапожникова. Екатеринбург, 2012. 181с.

УДК 796.015.54 **Амирасланова Л.А.**

МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ СИЛОВОЙ ВЫНОСЛИВОСТИ

Силовая выносливость — это способность противостоять утомлению, вызываемому относительно продолжительными мышечными напряжениями значительной величины. В зависимости от режима работы мышц выделяют статическую и динамическую силовую выносливость. Динамическая силовая выносливость характерна для циклической и ациклической деятельности, а статическая силовая выносливость типична для деятельности, связанной с удержанием рабочего напряжения в определенной позе. Например, при упоре рук в стороны на кольцах или удержании руки при стрельбе из пистолета проявляется статическая выносливость, а при многократном отжимании в упоре лежа, приседании со штангой, вес которой равен 20—50% от максимальных силовых возможностей человека, сказывается динамическая выносливость.

Проявление силовой выносливости лимитируется функциональными возможностями систем энергообеспечения и буферных систем организма; уровнем внутримышечной и межмышечной координации; способностью к концентрации волевых усилий. Исходя из этого, методика ее развития базируется преимущественно на закономерностях развития общей выносливости. Отличительной особенностью будет выполнение упражнений с преодолением дополнительного, относительно обычных условий, внешнего сопротивления. Для развития силовой выносливости применяют разнообразные динамические и статические упражнения и их комбинации. Тренировочные задания выполняют методами интервального и комбинированного упражнения. Одним из наиболее распространенных методов развития силовой выносливости является метод круговой тренировки.

Методические рекомендации относительно применения упражнений с отягощением массой предметов, сопротивлением эластичных предметов и т.п.

Величина внешнего сопротивления должна быть в пределах 20-70% индивидуального максимума в конкретном упражнении. При большей величине отягощения тренировочный эффект проявляется в преобладающем развитии максимальной силы, а при меньшей - в преобладающем развитии общей выносливости.

Количество повторений упражнения в одном подходе зависит от величины отягощения и уровня тренированности человека и может колебаться в широких пределах - от 15-20 до 150 раз и даже больше.

При планировании количества повторений в одном подходе следует ориентироваться на показатель повторного максимума (ПМ) в соответствующем упражнении при заданной величине отягощения. Оптимальный тренировочный эффект в развитии силовой выносливости наблюдается при количестве повторений в пределах от 60 до 100% ПМ. Например, человек может повторить упражнение с заданным отягощением максимум 20 раз (ПМ=20), отсюда - тренировочная норма в одном подходе будет от 12 до 20 раз. Оптимальная продолжительность упражнения в одном подходе по времени составляет 15-120 с.

В некоторых случаях (например, подтягивание в висе на перекладине) не сразу удается достичь необходимого количества повторений в одном подходе. Тогда необходимо облегчить условия выполнения, или выполнять серии упражнений в 3-4 подходах по 4-6 повторений в каждом. Между подходами интервал отдыха жесткий, а между сериями - полный.

Количество подходов в серии и количество серий зависит от уровня тренированности и объема мышц, которые задействованы в выполнении соответствующих упражнений. Если в работу вовлекается свыше двух третей скелетных мышц, то оптимальным количеством подходов будет от 4-6 до 10-12. Это количество подходов может быть выполнено в одной или в 2-3 сериях.

При локальном развитии силовой выносливости отдельных групп мышц общее количество подходов может достичь 40-50 за одно занятие. Они группируются в серии упражнений с 4-6 подходов для отдельных групп мышц.

Оптимальный темп выполнения - средний. Для расширения адаптационных возможностей организма целесообразно вариативно изменять темп выполнения отдельных упражнений от медленного к быстрому и на оборот. При развитии силовой выносливости относительно какого-либо вида соревновательной деятельности темп движений должен быть близким к соревновательному.

Оптимальная продолжительность интервалов отдыха между подходами составляет 20-90 с. При этом следует также ориентироваться на динамику восстановления ЧСС. Если тренировочный эффект достигается вследствие кумулятивного влияния серии упражнений после нескольких кратковременных (15-20 с) подходов, то очередной подход необходимо осуществлять в состоянии неполного восстановления оперативной работоспособности при ЧСС, равной 130-120 уд-мин. Если же продолжительность упражнения в отдельном подходе значительная (более 2 мин) и тренировочный эффект достигается в каждом подходе, продолжительность отдыха увеличивают до относительно полного или экстремального (ЧСС равна 120-101 уд-мин). Аналогично определяется продолжительность отдыха между сериями упражнений.

Характер отдыха между упражнениями - активный: медленная ходьба, упражнения на восстановление дыхания, упражнения на расслабление, локальный массаж и т.п. Между сериями упражнений и между продолжительными отдельными упражнениями более целесообразно применять комбинированный характер отдыха.

Методические рекомендации относительно применения изометрических упражнений:

Оптимальная величина напряжения составляет 50-70% максимального в конкретном упражнении. Напряжение выполняется без задержки дыхания.

Продолжительность напряжения - от 10-12 до 20-30 с. Эффективны также кратковременные (5 с) напряжения с микро-интервалами отдыха (2-3 с). Количество таких

повторений в одном подходе обусловливается величиной напряжения и уровнем тренированности человека (Верхошанский, 1977). Упражнение прекращается, если в очередном подходе человек не может достичь запланированной величины напряжения (например, 60% максимального).

На одну группу мышц планируется 4-10 подходов в зависимости от величины напряжения и уровня тренированности человека.

Интервал отдыха между подходами - жесткий (ЧСС равна 130-121 уд-мин), между сериями упражнений - относительно полный или экстремальный (ЧСС равна 120-101 уд-мин).

Характер отдыха - активный. Между подходами выполняются упражнения на расслабление и восстановление дыхания. Между сериями проводится локальный массаж; упражнения на восстановление дыхания, расслабление и умеренное растягивание мышц.

В подготовке квалифицированных спортсменов для развития силовой выносливости широко применяют выполнение тренировочных форм соревновательного упражнения в усложненных условиях (бег в гору с крутизной 5-15°, плавание, гребля с гидротормозом и т.п.), которые не должны нарушать структуру упражнения.

Развитию силовой выносливости могут посвящаться отдельные тренировочные занятия или их часть. Если в одном занятии решаются разные педагогические задачи, то упражнения для развития силовой выносливости следует выполнять во второй половине его основной части. Нецелесообразно объединять в одном занятии развитие максимальной силы и силовой выносливости. В системе смежных занятий развитие силовой выносливости осуществляется 2-4 раза в неделю.

Упражнения, которые выполняются в нескольких подходах следует, по возможности, видоизменять (исходное положение, форма движений, способ хвата предмета, вид отягощения, темп движений и т.п.). Это вносит разнообразие в занятия, снижает психическую напряженность и расширяет адаптационные возможности организма.

Литература

1. Булич Э.Г. Физическая культура и здоровье. – М.: Знание, 1991. – 64 с.
2. Теория и методика физического воспитания том 1 / Под ред. .Т.Ю. Круцевич. – К.: Олимпийская литература, 2003. – 424 с.
3. Теория и методика физической культуры / Под ред. Ю.Ф. Курамшина, В.И. Попова. – СПб.: СПбГАФК им. П.Ф. Лесгафта, - 1999. – 374 с.

УДК 796.071.2(477) **Клименко М.С.**

НАЙВІДОМІШІ СПОРТСМЕНИ УКРАЇНИ

Актуальність цієї теми полягає в тому, що наша країна завжди пишалась своїми видатними людьми, тому кожен має знати імена тих, котрі прославили Україну у світовому спорті. Метою статті є розкрити біографії та досягнення найвідоміших українських спортсменів. Почнемо з найдавнішого відомого спортсмена, а саме з Івана Піддубного.

Він народився 26 вересня 1871 року на Полтавщині ,у селі Богодухівці, в сім'ї селянина Максима Піддубного. В ранньому дитинстві разом з родиною переїхав до села Красенівка, де жив понад двадцять років. У 1895 році переїхав до Феодосії,де почав займатися спортом. У 1897 році вперше взяв участь у змаганнях з боротьби на поясах. Через шість років,тобто у 1903 р.,вступив до Петербузького атлетичного товариства, потім був посланий на чемпіонат світу, який проходив у Парижі. Там він програв, але переміг на чемпіонаті у Москві. У 1905 р. переміг у чемпіонаті світу в Парижі. Після здобуття звання чемпіона світу у шостий раз,бере тривалу перерву. Повернувся Іван Піддубний у спорт в 1922 році,здобуваючи перший приз у великому чемпіонаті з боротьби в Москві. Після війни був заарештований за співпрацю з німцями, але через відсутність доказів його швидко випустили. Помер 8 серпня 1949 року.[1]

Слід згадати Сергія Бубку-видатного українського атлета, чемпіона Європи та світу. Народився 4 грудня 1963 року у Луганську. У 1974 році почав займатися стрибками з

жердиною. В десять років обрав це своєю спортивною спеціальністю. Навчався у різних спортивних школах Луганська та Донецька. У 1981 році став срібним призером на чемпіонаті СРСР.13 липня 1985 року у Парижі встановив новий світовий рекорд-стрибок на 6 метрів. Сергій Бубка є десятиразовим чемпіоном світу, олімпійським чемпіоном Сеулу-1988 та визнаний одним з найвидатніших спортсменів в історії людства.[2]

Згадуючи такий вид спорту як бокс, неможливо не сказати про Володимира та Віталія Кличків. Віталій Володимирович Кличко народився 19 липня 1971 року. Цікавитись боксом почав ще з дитинства. Шість разів ставав чемпіоном світу з кікбоксінгу. Перший професійний боксерський бій провів 16 листопада 1996 року в Гамбурзі, переміг. У 1998 році потрапив до Книги рекордів Гіннесса як перший чемпіон,що виграв 26 двобоїв з найменшими витратами часу.21 березня 2009 року став Чемпіоном світу у важкій вазі за версією WBC. Загалом провів 47 боїв,у 45 з них отримав перемогу. Наразі веде політичну кар'єру та є мером Києва.

Володимир Володимирович Кличко народився 25 березня 1976 року. Займатися боксом почав в 13 років. У 1994 році завоював титул чемпіона Європи з боксу серед юніорів,у 1995 здобув золоту медаль на І Всесвітніх іграх військовослужбовців в Італії, а у 1996р.- срібну медаль чемпіонату Європи. Володимир Кличко 5 разів ставав чемпіоном України з боксу.[3]

Слід згадати також відомого українського боксера Олександра Усика. Він народився 17 січня 1987 року у Сімферополі. Чемпіон світу та Європи з боксу. Інтерконтинентальний чемпіон за версією WBO у суперважкій вазі, чемпіон України,заслужений майстер спорту України.11 серпня 2012 році здобув золоту медаль на Олімпійських іграх у Лондоні.[4]

Серед боксерів також є відомим Василь Ломаченко. Він народився 17 лютого 1988 року в м.Білгород-Дністровський. Займатись боксом почав з дитинства. У віці 16 років виграв чемпіонат України з боксу. Влітку 2008 року Василь відправився у Пекін,аби прийняти участь в Олімпійських іграх. Там він здобув свою першу перемогу. Друга відбулась на Олімпійських іграх 2012 року в Лондоні. Дворазово ставав чемпіоном світу у 2009 та 2011 роках та чемпіоном Європи в 2008 році. Заслужений майстер спорту України.[5]

Найсильнішою людиною України є Василь Вірастюк. Народився 22 квітня 1974 р. в Івано-Франківську. У 10 років почав займатися важкою атлетикою. Входив до складу збірної команди України з легкої атлетики. У 1995 році став майстром спорту. У 2004 році здобув перемогу у змаганнях «Найсильніша людина світу».[6]

Андрій Шевченко - головний тренер збірної України з футболу,багаторазовий чемпіон та володар кубків України,Італії,Англії,володар кубка Ліги чемпіонів. Народився 29 вересня 1976 року у Київській області. Через три роки після народження разом з родиною переїхав до Києва. В 9 років потрапив до футбольної секції. Перший матч у збірній України відбувся 25 березня 1995 року. У 2004 році став кращим футболістом Європи.31 грудня йому було присвоєно звання Герой України. У 2012 році увійшов до складу збірної України на Євро 2012.Після цього оголосив про завершення своєї кар'єри.[7]

Зіркою українського футболу також був Валерій Лобановський. Народився 6 січня 1939 року у Києві. У 1952 році став вихованцем футбольної школи №1 у Києві. У 1957 році був запрошений до «Динамо». У 1960 році повноцінно увійшов до складу команди. Досить швидко закінчив кар'єру футболіста та перейшов до тренерської роботи. Став багаторічним наставником «Динамо»,на чолі якого двічі вигравав Кубок володарів кубків. Тренер збірної України у 2000-2001 роках. Заслужений тренер України.[8]

Ще одним видатним українським футболістом був Олександр Шовковський. Народився 2 січня 1975 року у Києві. Футболом почав займатися з 1982 року. З грудня 1993 р. почав грати в складі «Динамо». Дебют у національній збірній відбувся 13 листопада 1994 року. Став наймолодшим та найкращим українським воротарем.9 листопада 2016 року заявив про закінчення кар'єри футболіста.[9]

Еліна Світоліна - переможниця дев'яти турнірів WTA в одиночному розряді,шоста ракетка світу. Народилась 12 вересня 1994 р. в Одесі. Тенісом почала займатися з чотирьох років. У 2007 році переїхала з родиною до Харкова. У 2010 році розпочала професійну кар'єру

у дорослих турнірах. У грудні 2012 року стала найкращою тенісисткою України в жіночому рейтингу.[10]

Оліймпійською чемпіонкою зі спортивної гімнастики стала Лілія Підкопаєва. Вона. народилась 15 серпня 1978 р. в Донецьку. У 1995 році стала абсолютною чемпіонкою світу та володаркою Кубка Європи,а у 1996 р.- чемпіонкою Європи та отримала золоту медаль на Олімпійських іграх в Атланті.

Яна Клочкова - плавчиня, чотирикратна олімпійська чемпіонка. Народилась 7 серпня 1982 року у Сімферополі. У 2000 та 2004 роках здобула перемоги на Літніх Олімпійських іграх. У 2004 році отримала звання Герой України за виняткові спортивні досягнення на Олімпійських іграх.

Роблячи висновок,можна сказати,що в історії України було немало видатних спортсменів,які прославили нашу країну та продовжують відстоювати її честь на різноманітних спортивних змаганнях.

Література

1.Ігор Шаров. 100 видатних імен України. — К.: АртЕк, 2004.
2. Нариси про видатних людей Донбасу. — Донецьк: Східний видавничий дім, 2011. — 216 с.
3.Франков А. В. Футбол по-украински — Харьков: Книжный клуб семейного досуга, 2006. — 224 с.
4.Нартовский Б. А. К футбольным вершинам. — К.: Молодь, 1988. — 192 с. — (Знаменосцы спорта).

Електроні ресурси

1.http://www.fcdynamo.kiev.ua/ua/team/dynamo/players/shovkovskiy/
2.http://svitolina.com/

УДК 796.011. **Матвієнко А.К.**

ЗНАЧЕННЯ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ У ЖИТТІ ЛЮДЕЙ РІЗНОГО ВІКУ

Протягом історії людства фізична культура формувалася під безпосереднім впливом потреб суспільного ладу в фізичній підготовці населення для участі в праці. По мірі еволюції системи виховання людини. Фізкультура поступово ставала одним з базових елементів культури суспільства та дозволяла формувати рухові навички.

Фізична культура повинна супроводжувати кожну людини протягом всього його життя. У нашій державі фізкультурою і спортом займається близько 10% населення. Це вкрай низький показник у порівнянні з розвиненими країнами планети, адже у них він становить від 40 до 60 відсотків. Однак позитивні зрушення в цьому напрямку є й за останні років десять значення спорту в житті людини помітно зросла. Слід зауважити, що фізична культура має значний вплив на весь організм людини, включаючи психіку і соціальний статус.

З появою великої кількості нових технологій фізична активність багатьох людей значно знизилося. При цьому наш організм зазнає сильного негативного впливу зовнішніх факторів із-за сильного забруднення навколишнього середовища. Додає до цього не правильне, деколи навіть недостатнє, харчування і численні стреси, постійно переслідують більшу частину населення планети. Все це призводить до погіршення роботи імунної системи і у зв’язку з цим значення спорту в житті людини не можна недооцінювати.

Згідно з офіційною статистикою різних організацій охорони здоров’я, кількість людей, що страждають різними захворюваннями постійно росте. Сьогодні широко поширені такі хвороби, як діабет і ожиріння, які розвиваються в умовах неправильного живлення і мало активного способу життя. Це ще один фактор, що показує важливість значення спорту в житті людини.

Заняття фізкультурою необхідні людині в будь-якому віці. Діти і підлітки завдяки заняттям спортом отримують можливість гармонійно розвиватися. У дорослої людини фізична

активність покращує морфо-функціональне здоров'я, підвищує працездатність також зміцнює здоров'я. Вкрай важлива фізкультура і в літньому віці, як дозволяє уповільнити негативні зміни, які неминучі в цей час.

Вправи можуть зменшити ризик хвороб серця та інсультів. У людей, які не підтримують фізичну активність, цей ризик померти від інсульту і від ішемічної хвороби серця збільшується вдвічі. Але, якщо навіть не виконувати вправ, а просто здійснювати щоденні прогулянки, то можна значно знизити ризик цих захворювань. Вправи можуть також зменшити кров'яний тиск. Гіпертонія-звичайне явище, що підвищує ризик інсульту і серцевого нападу. В Україні гіпертонією страждає близько однієї третини населення.

У них, хто не виконує фізичних вправ, частіше розвиваються болі у попереку. Вісім з десяти людей у своєму житті коли-небудь відчували біль в попереку, але у людей, які роблять фізичні вправи, вони спостерігаються значно рідше. Якщо вже є болі в попереку, вправи можуть зменшити їх. Помірна регулярна фізична активність, включаючи ходьбу, плавання і їзда на велосипеді, добре допомагає при остереоартрозі. Це найбільш поширена форма артриту, яка в якість мірі вражає вісім людей у віці після 50 років. Вправи також попереджають і уповільнюють розвиток цього захворювання.

Фізична активність покращує мінеральну щільність кісток у дітей і допомагає підтримувати їх міцність у підлітків. Вона також уповільнює дегенерацію кісток у подальшому житті. Це може допомогти попередити остеопороз-захворювання, при ваші кістки крихкими і більш схильними до переломів. Вправи з навантаженням на кістки, такі як біг і стрибки, збільшують щільність кісток у молодих людей. Але якщо у вас вже спостерігається остеопороз, велике навантаження на кістки не слід, краще обмежитися ходьбою або плаванням.

Регулярні заняття фізкультурою і спортом, за результатами досліджень лікарів, підвищують настрій та загальну фізичну активність людини, покращують опірність до психологічних стресів, нормалізують окисно-відновні процеси, а також активізують процеси кровообігу. Ступінь фізичного навантаження при заняттях фізкультурою і спортом повинна відповідати можливостям що займається, його віком і станом здоров'я.

Фізкультура і спорт в нашому житті мають настільки серйозний і видиме значення, що говорити про це просто немає потреби. Кожен може самостійно проаналізувати і оцінити значення фізичної культури і спорту у своєму житті. Але при цьому не можна забувати, що фізкультура і спорт в нашому житті мають загальнонаціональне значення, це по-справжньому сила і здоров'я нації.

Фізкультура і спорт в нашому житті-виховання тяги до них повинне починатися з самого дитинства, продовжуватися все життя і передаватися з покоління в покоління. Як мінімум, щоденна гімнастика, нехай всього 15 хвилин в будь-який зручний для вас час повинна стати також ж звичною, як ранкове вміння. Як максимум: намагайтеся весь свій час проводити в русі. У вільний час грає з дітьми або з улюбленою твариною в рухливі ігри, під час пересування в громадському транспорті напружуйте і розслабляйте м'язи тіла, на работі робіть активний перерву через кожні дві години. Спробуйте активізуватися і ви відразу відчуєте, що означають фізкультура і спорт в нашому житті.

Література

1. Прохазка К. Спорт и мир.- М.: Физкультура и спорт, 2000.-80с .
2. Виноградов П.А., Физическая культура и здоровий образ жизни. Москва, 2007.-89с.
3. Лубишева Л.В Соціальна роль спорту в розвитку суспільства та соціалізації особистості // Фізкультура і Спорт. №3. 2007.-153с.

УДК 373.3.016:796 **Самойлова В.О.**

Фізична культура в початковій школі

Фізичне виховання учнів є невід'ємною частиною всієї навчально-виховної роботи школи і займає важливе місце у підготовці учнів до життя, до суспільно корисної праці.

Робота з фізичного виховання в школі відрізняється великим різноманіттям форм, які вимагають від учнів прояву організованості, самодіяльності, ініціативи, що сприяє вихованню організаційних навичок, активності, винахідливості. Здійснюване в тісному зв'язку з розумовим, моральним, естетичним вихованням і трудовим навчанням, фізичне виховання сприяє всебічному розвитку школярів.

Фізичне виховання молодших школярів має свою специфіку, обумовлену їх анатомо-фізіологічними і психологічними особливостями, а також тим, що, приходячи до школи, учні потрапляють у нові умови, до яких їм потрібно пристосуватися, звикнути. З початком навчання значно зростає обсяг розумової праці дітей і в той же час істотно обмежується їх рухова активність і можливість перебувати на відкритому повітрі. У зв'язку з цим правильне фізичне виховання в молодшому шкільному віці є не лише необхідною умовою всебічного гармонійного розвитку особистості учня, а й дієвим фактором підвищення його розумової працездатності.

Метою фізичного виховання є всебічний гармонійний розвиток особистості. Воно тісно пов'язане з розумовим, моральним, трудовим і естетичним вихованням.

Специфіка виховання молодших школярів зумовлена їх анатомо-фізіологічними і психологічними особливостями - це сповільнений ріст зростання, висока збудження нервової системи, підвищена реактивність і в силу цього частота серцевих скорочень дитини 7 років - 88 уд / хв, 10 років - 79 уд / хв. Артеріальний тиск дитини 7 років - 85/60, 10 років - 90/55. Маса і розміри серця менше, ніж у дорослих, ще не закінчилося окостеніння кістяка, слабко розвинені м'язи, особливо м'язи тулуба, недостатньо міцні зв'язки і сухожилля, що сприяє деформації при навантаженні хребта. Перевантаження може призвести до затримки росту дитини.

З початком навчання значно зростає обсяг розумової праці дітей і в той же час істотно обмежується їх рухова активність і можливість перебувати на відкритому повітрі. У зв'язку з цим правильне фізичне виховання в молодшому шкільному віці є не лише необхідною умовою всебічного гармонійного розвитку особистості учня, а й дієвим фактором підвищення його розумової працездатності .

Раціонально організовані заходи з фізичного виховання в режимі дня розширюють функціональні можливості організму дитини, підвищують продуктивність розумової праці, зменшують стомлюваність.

Завдання фізичного виховання молодших школярів такі:

1) зміцнювати здоров'я і сприяти правильному фізичному розвитку;

2) формувати рухові вміння та навички;

3) озброювати учнів знаннями з фізичної культури, гігієни, про правила загартовування;

4) розвивати рухові (фізичні) якості;

5) формувати інтерес до фізкультури і потреба займатися їй;

6) виховувати позитивні морально-вольові якості;

7) готувати учнів до здачі норм комплексу ГПО.

Успішне вирішення завдань фізичного виховання молодших школярів можливе лише в тому випадку, якщо воно стає органічною частиною всього навчально-виховного процесу школи, предметом загального занепокоєння педагогічного колективу, батьків, громадськості, коли кожний педагогічний працівник виконує свої обов'язки відповідно до «Положення про фізичне виховання учнів загальноосвітньої школи ».

Програма з фізичної культури для учнів початкових класів приділяє велику увагу розвитку рухових якостей школярів. У кожному її розділі, присвяченому формуванню і

вдосконаленню рухових вмінь і навичок, передбачений матеріал для розвитку рухових якостей. Вчителям фізичної культури необхідно орієнтуватися на цей матеріал і, виходячи з умов школи, виділяти на кожному уроці певну кількість часу (6-12 хв) на розвиток рухових якостей учнів .

Форми організації учнів початкових класів складають певну систему, яка охоплює:

· Уроки фізичної культури;

· Фізкультурно-оздоровчі заходи в режимі навчального дня (гімнастика перед початком занять, фізкультурні хвилини під час уроків, ігри та фізичні вправи на перервах і в режимі продовженого дня);

· Позакласна фізкультурно-масова робота (заняття в гуртках фізичної культури і спортивних секціях, спортивні змагання);

· Позашкільна спортивно-масова робота (за місцем проживання учнів, заняття в дитячо-юнацьких спортивних школах, палацах піонерів, спортивних товариствах, самодіяльні заняття школярів фізичними вправами в сім'ї, на пришкільних і дворових майданчиках, стадіонах, у парках) .

Основною формою роботи з фізичного виховання учнів початкових класів є уроки фізичної культури, але успіхів у фізичному вихованні школярів можна досягти лише при раціональному поєднанні всіх форм роботи, що становить чітку узгоджену систему.

В організації фізкультурно-масової роботи в школі важливу роль відіграє шкільний колектив фізкультури, завданням якого є розвиток фізичної культури, спорту, туризму серед школярів. У колектив фізкультури приймають учнів 1-10 (11) класів з усною заявою.

Отже, можна зробити такі висновки:

· Специфіка виховання молодших школярів зумовлена їх анатомо-фізіологічними і психологічними особливостями. У молодшому шкільному віці провідний вид діяльності - це гра, тому уроки з фізичного виховання необхідно планувати з урахуванням цієї дуже важливої особливості. Одне з провідних місць в системі засобів фізичного виховання і навчання дітей молодшого шкільного віку належить грі.

Саме гри сприяють засвоєнню самих різних знань, умінь, розвитку рухових здібностей. Взаємозв'язок ігри і вчення виявляється у впливі гри на формування елементів навчальної діяльності. Зміст уроків фізичної культури в молодших класах повинно бути наповнене казковими та ігровими сюжетами, що дає можливість підтримувати високий емоційний настрій учнів, підвищувати інтерес до рухової діяльності на заняттях і в позаурочний час, легко і успішно адаптуватися до шкільного життя.

На уроках фізичної культури в молодших класах рекомендується проводити загально-розвиваючі вправи різної спрямованості з використанням музичного супроводу. Особлива увага повинна приділятися спеціальним вправам для формування правильної постави та корекції плоскостопості. З учнями молодших класів доцільно проводити на уроках гри з виконанням різноманітних вправ. Тобто ігри з бігом, зі стрибками, з лазіння, ігри з метанням і ловлею та ін.

Щоденне проведення таких ігор дозволяє успішно вирішувати проблеми перевантаження учнів, раціональної організації фізичного і трудового виховання, активного повсякденного відпочинку, такого необхідного для гармонійного розвитку дітей. Доцільно з дітьми молодшого шкільного віку проводити свята, дні здоров'я, спортивні розваги, походи. Вони сприяють підвищенню функціональних та адаптаційних можливостей дитячого організму, надають загальнозміцнювальний вплив, виступають як потужний засіб формування всебічно розвиненої особистості.

Література

1.Чаленко І.А. Сучасні уроки фізкультури в початковій школі. - Ростов н / Д., 2003. - 255с.
2.Коджаспіров Ю.Г. Фізкульт - ура! Ура! Ура! - М., 2002. - 320 с.
3.Матвеев А.П. Методика физического воспитания в начальной школе:Учеб. пособие для студ. сред. спец. учеб. заведений. – М.: Изд во ВЛАДОС ПРЕСС, 2003. – 248 с

УДК 796 **Канна Д.О.**

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И СЛЕНГ В ПРОФЕССИАЛЬНОМ ВОЛЕЙБОЛЕ

Каждый игрок в профессиональном волейболе должен как можно лучше понимать игру, и для этого был создан волейбольный сленг. С низу предоставлены основные понятия, которые помогают игрокам понимать команды тренера.

Антенна - вертикальные стержни, обычно красно-белые, возвышающиеся над внешними сторонами сетки обозначают границы площадки. Если мяч задевает эти антенны, то считается, что он был подан в аут.

Волна - передача на удар вдоль сетки одному из двух нападающих (1 или 2 темпу) в одной зоне.

Взлет - удар с низких передач (нападающий прыгает на удар до передачи)

Второй темп - вариант атаки, при котором связующий подключает диагональных нападающих.

Диагональный - самые мощные, высокие и прыгучие игроки команды, атакуют в основном с задней линии, не участвуют в приёме.

Диг (от английского dig) - защитный удар, выполняемый в броске, поднимающий мяч вверх ударом тыльной стороны ладони.

Добить до пола - основная цель игры в волейбол.

Доигровщик (нападающий второго темпа) - атакуют с краёв сетки.

Доигровка - продолжение атаки, когда принимающая команда не смогла организовать съем. Продолжительная доигровка характерна для женского волейбола.

Дриблинг - характерное постукивание мяча об пол перед выполнением подачи.

Загнать под кожу - при атакующем ударе нападающего загнать мяч между сеткой и руками блокирующих.

Зачехлить - выиграть очко блоком.

Зона конфликта - зона ровно посередине между принимающими игроками. Подача в зону конфликта сильно затрудняет прием.

Кат шот (от английского cut shot) - сильный удар по мячу, после которого мяч летит под острым углом вдоль сетки.

Кобра (от английского cobra) - удар по мячу, совершаемый жестко зафиксированными пальцами. В этот момент движения рук игрока напоминают бросок кобры.

Либеро - специальный игрок защиты в волейболе, который не может быть капитаном команды. Либеро может заменить любого игрока на площадке, когда тот находится на задней линии неограниченное количество раз. Либеро не может ни подавать мяч, ни давать пас сверху в передней линии. Форма либеро должна отличаться от формы основной команды по дизайну и по цветовой гамме, однако номер присваивается ему в последовательном ряде как у остальной команды. Либеро должен быть оплотом команды в защите, прилагать максимальные усилия к тому, чтобы мяч не коснулся площадки. При этом он должен быть заводилой на площадке, подбадривать и поддерживать команду в процессе игры. Либеро должен иметь взрывную реакцию, быстроту движений, точность доводки мяча до связующего. Он должен предугадывать действия соперника, читать развитие игры, чтобы оказаться в нужном месте, в нужное время.

Морита - игрок 1-го темпа перед отталкиванием от опоры в последний момент задерживает движение. Передача для удара примерно на высоте 1 метр.

Надеть на уши - игровая ситуация, когда отразившийся от блока мяч ударяется обратно в атакующего. Неприятный для игрока исход атаки.

Обратный крест - первым на удар перед связкой выходит нападающий, находящийся сзади связки, вторым - нападающий перед связкой.

Одним темпом - выход на удар и одновременный прыжок в одной или разных зонах двух-трех нападающих.

Организованный блок - правильно построенный сомкнутый групповой блок, закрывающий наиболее вероятное направление удара и создающий максимальные проблемы атакующему.

Отведенный пас - Атакующему удобнее всего атаковать мячом, доведённым прямо на линию сетки, что увеличивает сектор удара. Если же пас для атакующего удара неудачно отведён далеко от сетки, то это затрудняет успешный удар.

Отыграться от блока - несильным ударом об край блока отправить мяч в аут или оставить в игре для более успешной доигровки.

Пайп - вариант атаки, когда связующий подключает к атаке игрока из 6-й зоны. При этом атакующий игрок бьет, отталкиваясь из-за 3-х метровой линии.

Первый темп - вариант атаки, при котором связующий передаёт мяч коротким пасом игроку из третьей зоны.

Переходящий мяч - мяч, перелетающий на сторону противника невысоко над сеткой, позволяющий легко выиграть очко атакой с первого же удара. Обычно возникает при плохом приеме подачи.

Планер - планирующая подача, при которой мяч летит с относительно небольшой скоростью по неустойчивой траектории, при этом может в конце нырнуть.

Позитивный прием - хороший прием подачи, который позволяет связующему выбрать любую задуманную им передачу и комфортно ее сыграть.

Просто - в сложной ситуации высокая передача нападающему. (прим.: некоторые термины свойственны в основном пляжному волейболу)

Прострел - удар с низкой скоростной передачи вдоль сетки, выполняемой, как правило, из зоны в зону или через зону.

Прямой крест - 1-й темп находится перед сеткой, а 2-й пересекает его путь, находясь сзади пасующего или перед ним

Связующий - определяет игру и варианты атаки, сложнейшее амплуа в волейболе.

Сняться - остановить серию успешных подач противника.

Съем - а) мощный удар по мячу в верхней точке его траектории, б) выигрыш мяча на подаче противника.

Фэйкинг (от английского faking) - разновидность игровой стратегии, когда игроки движутся в одном направлении для того, чтобы изменить движения в последний момент. Их цель — перехитрить атакующего игрока другой команды. Иногда защитники производят целую серию подобных обманных движений.

Хаммер (от английского hammer) - сильный удар по мячу, после которого он резко летит вниз.

Центральный блокирующий (нападающий первого темпа) - очень высокие игроки, блокируют удары соперника, атакуют из 3-й зоны.

Чикен уинг (от английского chicken wing) - прием мяча после сильного удара различными частями рук. В такие моменты игрок будто бы расправляет крылья, чтобы принять мяч.

Эйс (от английского ace) - очко, выигранное непосредственно с подачи, когда мяч доведен до пола или произошло только одно касание и мяч ушел в аут.

Эшелон - выход 2-х нападающих перпендикулярно сетке друг за другом (1-й темп заслоняет 2-го).

Литература

1. Волейбол: Учебник для вузов // Под ред. А. В. Беляева и М. В. Савина. – М.,: «Физкультура, образование, наука», 2000.- 368с.,ил.

УДК 796.011.1-063.6 Посохова В. В.

СПОРТ И МОЛОДЕЖЬ

Приятно смотреть на молодых людей, которые всецело отдают себя занятиям спортом. Многие молодые люди, как парни, так и девушки, в последнее время стали все чаще агитировать в пользу здоровой нации, не употребляющей алкоголь и табачные изделия. Вообразите, насколько могли бы возрасти показатели здоровья населения, если бы вся молодежь отказалась от пагубных привычек и занялась любым видом спорта? Министры спорта многих стран начали уделять большее внимание популяризации спорта среди молодежи. С этой целью создаются различные спортивные программы, благодаря которым начинающий спортсмен может развивать свои умения и навыки.

Спорт всегда считался основой здоровья подрастающей личности; именно занятия спортом прививали юным умам дисциплину, ответственность, делали коллектив сплоченным и дружным. Спорт для молодого организма – польза и развлечение!

Чем так полезен спорт для молодого растущего организма?

1. Спорт – враг стресса. Да-да! Молодежь современная гораздо больше подвержена всевозможным стрессам, чем молодежь, например, лет двадцать назад. У них новые требования к образованию, напряженные учебные графики. Многим приходится начать трудиться уже по достижению работоспособного возраста. Все это, так или иначе, влияет на психику молодого неуравновешенного мозга. Если стресс не преодолеть, он может продолжить нарастать и превратится в депрессию или (еще хуже) нервный срыв. Поэтому довольно часто молодые люди подсознательно ищут способ разрядки.

Чаще всего это выливается в употребление спиртных напитков, наркотиков или тяге к сигаретам. Однако, если правильно указать подростку на рациональность применения его энергии, можно открыть ему удивительный мир спорта. Во время спортивных занятий в крови активно вырабатываются гормоны, которые работают на преодоление стресса.

2. Формирование скелета и мышечной массы. Как много времени подростки проводят за компьютерами, игровыми приставками и прочими занятиями! Довольно часто из-за неправильного сидения за столом или партой ученику диагностируют неправильную осанку и искривление позвоночника. Чтобы такого не происходило, нужны регулярные спортивные нагрузки, позволяющие содержать мышцы в тонусе, а значит исправлять осанку доступными методами. В подростковом возрасте скелет еще не сформирован окончательно, многие кости и суставы все еще обладают высокой гибкостью. Поэтому, если закрепить именно эти свойства скелета в переходном возрасте, велика вероятность, что они сохранятся и до зрелости.

3. Улучшение кровообращения и работы мозга. Как вы думаете, для чего между занятиями часто проводят физкультурные пятиминутки с выполнением элементарных упражнений. Не только для того, чтобы ученики имели возможность отвлечься, но и для того, чтобы разогнать кровь. Высидеть целое занятие, концентрируясь при этом на содержании материала – задача не из легких. Именно поэтому необходимо периодически выполнять простые физические упражнения, чтобы кровь заново ускоряла свой ход по организму. Это, в свою очередь, активизирует работу головного мозга и нервной системы.

4. Командный дух. Как часто педагогам и родителям приходится наблюдать разрозненность коллектива? Все ребята «кучкуются» группами по определенным признакам и общаются исключительно в своем кругу. Часто от этого страдают одиночки, которые остаются «за бортом» подобных компаний. Командные игры (например, футбол или баскетбол) позволяют молодежи почувствовать общность, приобрести готовность помогать и доверять друг другу в трудную минуту.

Однако в молодежной среде появляется все больше увлечений, которые можно отнести к спорту, так как в той или иной степени они влияют на здоровье и физическое состояние положительным образом.

Бридж-джампинг. Экстремальный вид спорта. Русское название «прыжки с моста». Любителю острых ощущений к ногам привязывают прочную резинку. После этого он

совершает прыжок с большой высоты вниз. Некоторое время «экстремал» находится в свободном полете, а затем резинка возвращает его на точку отправления.

Американский футбол. Достаточно агрессивный командный вид спорта. Играют две команды. Цель – отобрать у команды противника овальный мяч и пробежать с ним до тачдауна (части поля противника, где нужно забить гол).

В числе популярных видов спорта также воркаут (гимнастические и акробатические упражнения на турниках), йога, тайбо (смесь бокса и танцев), скейтбординг, B-mix и многие другие.

Литература

1. Артемьев, В.П. Теория и методика физического воспитания.
2. Ашмарин, Б.А. Педагогика физической культуры: Учебное пособие.
3. Выдрин, В.М. Современные проблемы теории физической культуры как вида культуры

УДК 796.011.1 **Рудь В.С**

ОСНОВИ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ

Здоров'я - безцінне надбання не тільки кожної людини, але і всього суспільства. При зустрічах, розставання з близькими і дорогими людьми ми бажаємо їм доброго і міцного здоров'я, так як це - основна умова і запорука повноцінного і щасливого життя. Здоров'я допомагає нам виконувати наші плани, успішно вирішувати основні життєві завдання, долати труднощі, а якщо доведеться, то й значні перевантаження.

Сьогодні майже 90% дітей дошкільного віку, учнів і студентів мають відхилення у здоров'ї. Тільки за останні 5 років на 41% збільшилася кількість учнівської молоді, віднесеної за станом здоров'я до спеціальних медичних груп. На 60% зросла кількість неповнолітніх, які вживають наркотики, палять, п'ють[1, 34-35].

Здоровий спосіб життя передбачає дотримання. Звичайного виконання певних правил, що забезпечують гармонійний розвиток, високу працездатність, духовну рівновагу та здоров'я людини. В основі здорового способу життя лежить індивідуальна система поведінки й звичок кожної окремої людини, що забезпечує їй потрібний рівень життєдіяльності й здорове довголіття. Здоровий спосіб життя – це практичні дії, спрямовані на запобігання захворювань, зміцнення всіх систем організму й поліпшення загального самопочуття людини. Якою б досконалою не була медицина, вона не може позбавити кожного від усіх хвороб.

Людина - сам творець свого здоров'я, за яке треба боротися. З раннього віку необхідно вести активний спосіб життя, гартуватися, займатися фізкультурою і спортом, дотримуватися правил особистої гігієни, словом, домагатися розумними шляхами справжньої гармонії здоров'я.

В основі здорового способу життя лежать такі принципи:

- раціональне харчування;
- оптимальний руховий режим;
- загартування організму;
- особиста гігієна;
- відсутність шкідливих звичок;
- позитивні емоції;
- інтелектуальний розвиток;
- моральний і духовний розвиток;
- формування розвиток вольових якостей [2,13].

Здорова і духовно розвинена людина є щасливою - вона відмінно себе відчуває, отримує задоволення від своєї роботи, прагне самовдосконалення, досягаючи нев'янучої молодості духу і внутрішньої краси. Цілісність людської особистості проявляється, перш за все, у взаємозв'язку і взаємодії психічних і фізичних сил організму. Гармонія психофізичних сил організму підвищує резерви здоров'я, створює умови для творчого самовираження в різних сферах нашого

життя. Активна і здорова людина надовго зберігає молодість, продовжуючи творчу діяльність, не дозволяючи «душі лінуватися».

Здоров'я впливає на якість трудових ресурсів, на продуктивність суспільної праці і тим самим на динаміку економічного розвитку суспільства. Рівень здоров'я і фізичного розвитку - одне з найважливіших умов якості робочої сили. Залежно від їх показників, оцінюється можливість участі людини в певних сферах трудової діяльності. Тому вже на етапі вибору спеціальності і виду професійного навчання об'єктивно виникає, ставиться і вирішується проблема психофізіологічної відповідності особистості конкретних видів професійної діяльності.

Важливе значення надає на здоров'я і стан навколишнього середовища. Втручання людини в регулювання природних процесів не завжди приносить бажані позитивні результати. Порушення хоча б одного з природних компонентів приводить в силу існуючих між ними взаємозв'язків до перебудови сформованої структури природно-територіальних компонентів.

Забруднення поверхні суші, гідросфери, атмосфери і Світового океану, в свою чергу, позначається на стані здоров'я людей, ефект «озонової діри» впливає на утворення злоякісних пухлин, забруднення атмосфери на стан дихальних шляхів, а забруднення вод - на травлення, різко погіршує загальний стан здоров'я людства, знижує тривалість життя.

Основними якостями, що характеризують фізичний розвиток людини, є сила, швидкість, спритність, гнучкість і витривалість. Удосконалення кожного з цих якостей сприяє і зміцненню здоров'я, але далеко не в однаковій мірі. Можна стати дуже швидким, тренуючись в бігу на короткі дистанції. Нарешті, дуже непогано стати спритним і гнучким, застосовуючи гімнастичні і акробатичні вправи. Однак при всьому цьому не вдається сформувати достатню стійкість до хвороботворних впливів.

Хвороби людини найбільшою мірою обумовлені його способом життя і повсякденною поведінкою. В даний час здоровий спосіб життя розглядається як основа профілактики захворювань і передчасних смертей, збільшення тривалості життя. Першорядне значення для кожного з нас мають наявність певних цілей, потреб, цікавою і корисною для суспільства діяльності, уміння налагодити правильний, раціональний режим дня.

Важливо дотримуватися наступний розпорядок дня: вставати щодня в один і той же час, займатися регулярно ранковою гімнастикою, їсти у встановлені години, чергувати розумову працю з фізичними вправами, дотримуватися правил особистої гігієни, стежити за чистотою тіла, одягу, взуття, працювати і спати в добре провітрюваному приміщенні, лягати спати в один і той же час!

Якщо звернутися до історичного аспекту зародження уявлень про здоровий спосіб життя, то уперше вони починають формуватися на Сході. Вже в Стародавній Індії 6 століть до н.е. у Ведах сформульовані основні принципи поведінки здорового способу життя. Один з них – досягнення стійкої рівноваги психіки. Першою і неодмінною умовою досягнення цієї рівноваги була повна внутрішня воля, відсутність твердої залежності людини від фізичних і психологічних факторів навколишнього середовища. Іншим шляхом, що веде до установлення внутрішньої рівноваги, вважався шлях серця, шлях любові. Під любов'ю, що дає волю, у бхакти-йоге розумілася не любов до окремої людини, до групи людей, а любов до усього живого в цьому світі як до вищого вираження сутності буття.

Третій шлях досягнення внутрішньої волі – шлях розуму, розуму - пропонувався джана-йогою, що стверджує, що жодний з йог не повинен відмовлятися від знання, тому що воно підвищує життєву стійкість. Уявлення про здоровий спосіб життя зустрічається й в античній філософії. Мислителі античного періоду намагаються виділити в даному явищі специфічні елементи. Так, наприклад, Гіппократ у трактаті «Про здоровий спосіб життя» розглядає даний феномен як деяку гармонію, до якої варто прагнути шляхом дотримання цілого ряду профілактичних заходів. Він акцентує увагу в основному на фізичному здоров'ї людини. Демокрит у більшій мірі описує духовне здоров'я, що представляє собою «благий стан духу», при якому душа перебуває в спокої і рівновазі, не хвилюючись ніякими пристрастями, страхами й іншими переживаннями.

В античному світі існують свої традиції ведення здорового способу життя. Наявність гарного здоров'я було основним критерієм для забезпечення інтелектуального розвитку підростаючого покоління. Так, юнаки, фізично погано розвиті, не мали право на вище утворення. У Древній Греції культ тіла зводиться в рамки державних законів, маючи на увазі систему фізичного виховання [3,48-55].

Здоров'я – сукупність фізичних, духовних, соціальних якостей людини, що є основною її довголіття і необхідною умовою здійснення творчих планів, умовою високої працездатності, створення міцної сім'ї, народження і виховання дітей. Здоров'я людини – це висока працездатність, гарний настрій, упевненість у собі. Фізичне здоров'я дає гарне самопочуття, бадьорість, силу. Психічне здоров'я дарує спокій, чудовий настрій, доброту, веселість. Соціальне здоров'я забезпечує успішність у навчанні. Але ніщо з цього не дається задарма. Для того щоб зберегти своє здоров'я, треба докладати неабияких зусиль. І так ми, дійсно, чинимо над собою насильство щоденно. Люди давно переконалися, що на здоров'я впливає безліч чинників, і найголовніший з них – це спосіб життя.

Здоров'я багато в чому залежить від способу життя. Головне - це активне творіння здоров'я, включаючи всі його компоненти. Таким чином, поняття ЗСЖ набагато ширше, ніж відсутність шкідливих звичок, режим праці і відпочинку, система харчування, різні що гартують і розвивають вправи; в нього також входить система відносин до себе, до іншої людини, до життя в цілому, а також свідомість буття, життєві цілі і цінності і т.д. Отже, необхідно як розширення уявлень про здоров'я і хвороби, так і уміле використання всього спектра факторів, що впливають на різні складові здоров'я, оволодіння оздоровчими, загальними зміцнюючими методами і технологіями, формування установки на здоровий спосіб життя.

Література

1. Дайджест Ридерз Все про здоровий спосіб життя./ Ридерз Дайджест, М., - 1998 – 218с.
2. Шаталова Г.С. Філософія здоров'я/ Г.С. Шаталова, Львів, - 1997- 84с.
3. Березін І.П., Дергачев Ю.В. Школа здоров'я/ за ред.. І.П.Березіна, Ю.В.Дергачева, К., - 2010 – 130с.

УДК 796.012.4:37.091.212 **Сакович В.А**

ДВИГАТЕЛЬНЫЕ НАВЫКИ И ДВИГАТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА

Двигательные навыки представляют собой законченные сложно-координированные действия, включающие выполнение закрепленных в определенной последовательности простых двигательных актов с некоторым уровнем автоматизма.

Физиологической основой двигательного навыка является двигательный динамический стереотип – система возбудительно-тормозных процессов в ЦНС, обеспечивающая закономерное и последовательное включение в действие составляющих двигательный навык двигательных актов*. Двигательный навык имеет и вегетативный компонент, то есть включение того уровня активности систем жизнеобеспечения (дыхания, кровообращения, терморегуляции, обмена веществ, выделения и др.), который необходим для выполнения самого навыка. Разумеется, чем выше интенсивность выполнения последнего, тем более выраженной оказывается и вегетативная компонента.

Формирование двигательного навыка представляет собой сложный процесс, протекающий по трем фазам. В первой фазе – генерализации, или иррадиации, возбуждения – этот процесс, возникший в рабочей зоне коры головного мозга двигательного анализатора, не встречает на пути своего распространения заслона в виде соответствующего по силе торможения и охватывает широкую зону прилежащих участков. Вот почему напряженными и

вовлеченными в работу оказываются не только те мышцы, которые должны непосредственно участвовать в движении, но и другие, что затрудняет выполнение этого движения, делает его резким, неуклюжим и мало-координированным. В этих условиях при больших затратах энергии продуктивность работы и результат движений оказываются низкими, а между двигательными и вегетативными центрами ЦНС еще не установлена надежная временная связь.

Вторая фаза – концентрация возбуждения – характеризуется усилением процессов внутреннего торможения, что способствует, с одной стороны, своевременному выключению из работы «лишних» мышечных групп, благодаря чему движения становятся более плавными и экономичными, а с другой – усилению возбудительного процесса строго в рабочей зоне коркового отдела двигательного анализатора. В этот период между двигательными зонами коры и вегетативными центрами подкорки формируются временные связи, и активизация функций систем жизнеобеспечения начинает во все большей степени соответствовать выполняемой внешней работе.

В третьей фазе – стабилизации – процессы концентрации возбуждения и усиления торможения в ЦНС продолжаются. В этой фазе значительной прочности достигают временные связи между корковыми зонами работающих мышц именно в той последовательности, в которой осуществляются движения в навыке, и между этими зонами и вегетативными центрами.

Сила отражает способность человека преодолевать внешнее сопротивление либо активно противодействовать ему посредством мышечного напряжения. В зависимости от особенностей проявления различают упражнения чисто силовые (например, жим предельно возможного веса), скоростно-силовые (прыжок в длину) и требующие силовой выносливости (поддержание длительной статической позы).

Воспитание силы сопровождается целым комплексом изменений в организме. Так, в ЦНС увеличивается сила нервных процессов, что позволяет добиться мощного потока импульсов, направляемых к соответствующим группам мышц, – в результате увеличивается как количество включаемых в работу двигательных единиц, так и степень напряжения каждой из них. В самих мышцах за счет активизации синтеза белка при этом происходит увеличение так называемого физиологического поперечника, преимущественно за счет утолщения мышечных волокон (в меньшей степени – их числа) – это явление называется рабочей гипертрофией мышц. Именно благодаря ей тренируемые мышцы становятся более плотными, рельефными, упругими. Упражнения на силу в занятиях оздоровительной направленности используются в начале основной части, на фоне еще не утомленной ЦНС.

Быстрота характеризует способность человека совершать движение в максимально короткий период времени. Сама быстрота движения определяется рядом компонентов: временем скрытой двигательной реакции, временем выполнения единичного движения, частотой смены одиночных движений (темпом движений) и др. Необходимо отметить, что первый и третий компоненты во многом детерминированы генетически. Именно поэтому при тренировке быстроты обращают внимание на развитие силы, за счет которой удается серьезно повлиять на результат.

Генетическая предопределенность быстроты выражается у каждого. Ведь у человека есть свои врожденные предпосылки, соотношения так называемых красных и белых волокон в скелетных мышцах – именно от последних во многом и зависит быстрота одиночного мышечного сокращения. У разных людей быстрота соответствующих движений заметно отличается. Врожденный тип высшей нервной деятельности определяет так называемую подвижность нервных процессов, то есть быстроту смены процессов возбуждения процессами торможения и наоборот. Но именно это обстоятельство и определяет быстроту смены одиночных движений, а следовательно – и саму быстроту.

Тренировка быстроты способствует улучшению показателей практически всех физиологических систем: в ЦНС растет сила и подвижность нервных процессов, достигает высоких значений состояние кислородно-транспортных систем, в опорно-двигательном аппарате происходят изменения, соответствующие возникающим при тренировке силы, и т.д. При занятиях упражнениями на быстроту (особенно на скоростную выносливость) максимальных значений достигают показатели минутного объема крови, кровотока в мышцах и в миокарде, потребления кислорода организмом.

В детском возрасте вязкость мягких тканей двигательного аппарата относительно невелика, а эластичность достаточно высока. В том случае, когда суставы человека работают с высокой амплитудой, частотой и повторяемостью, в них не происходит тех ограничений подвижности (контрактуры), которые принято называть возрастными. Однако чаще всего подвижность суставов уменьшается за счет комбинаций нескольких факторов: повреждения суставных хрящей, отложения минеральных солей в суставных капсулах и на сухожилиях, повышения вязкости мягких тканей и т.д. Вот почему с возрастом доля упражнений на гибкость в оздоровительной физкультуре человека должна занимать все большее место.

Литература

1.Артемьев, В.П. Теория и методика физического воспитания.
2.Ашмарин, Б.А. Педагогика физической культуры: Учебное пособие.
3. Выдрин, В.М. Современные проблемы теории физической культуры как вида культуры

УДК 796.011.5

Івлева О.О.

ДОПІНГ У СПОРТІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

В даний час для професійного спорту гостро стоїть проблема застосування спортсменами допінгу. Рішення даного завдання відразу ж тягне за собою ланцюг супутніх питань: як удосконалювати систему допінг-контролю, які препарати заборонити до використання, які заходи пред'являти до спортсменів, які порушили правила.

Історики вважають, що використання допінгу під час олімпійських ігор почалося з самого дня заснування змагань у 776 р до н.е. Учасники ігор брали галюциногенні і болезаспокійливі екстракти з грибів, різних трав і вина. Сьогодні ці препарати були б заборонені, проте в давнину, і навіть після відродження Олімпійських ігор в 1896 році, атлетам не забороняли використовувати зілля, які допомогли б їм перемогти. У 1932 році на спортивний ринок вийшли амфетаміни. Під час ігор 1930-х років і в 1948 році, спортсмени ковтали таблетки, буквально, жменями. У 1952 році команда ковзанярів проковтнула так багато таблеток, що спортсмени знепритомніли і були госпіталізовані. Міжнародний Олімпійський Комітет заборонив вживання цих препаратів, проте протягом десятиліть покладався на совість спортсменів, тренерів та влади країн-учасниць Олімпіад.

У 1940-і роки почали використовуватися стероїди. Під час своєї першої появи на Олімпійських іграх 1952 року, радянська команда важкоатлетів виграла всі можливі медалі в цій категорії. Чутка стверджувала, що спортсмени використовували гормональні стероїди. Так як ці ігри в Хельсінкі вважалися не тільки змаганням між атлетами, а ще ареною боротьби між комунізмом і капіталізмом, тренер американської команди виступив із заявою, що США не будуть відставати від СРСР і стануть змагатися на рівних умовах.

Допінги (від англійського - давати наркотики) - це біологічно активні лікарські речовини, застосовуються з метою штучного підвищення фізичних і емоційних можливостей.

Більшість качків переконані, що без допінгів неможливо домогтися успіхів у плані набирання м'язової маси, підвищення спортивних результатів, тому вживання допінгів вони вважають необхідністю у боротьби за лідерство.

Допінгові речовини:

- стимулятори

- наркотики
- анаболічні стероїди і інші гормонально анаболізуючі речовини

Стимулятори центральної нервової системи: амфетамін, фенамін, кофеїн, ефедрин, коразол, кордіамін та ін.

Препарати цієї групи здатні швидко активізувати психічну діяльність, усунути психічну і фізичну втому. При їх застосуванні спостерігається зникнення млявості, сонливості, з'являється почуття бадьорості, підвищується настрій, фізична та інтелектуальна робото-здатність. Все чудово, але крім усього сказаного ці препарати маскують почуття втоми та притупляють біль, тому дуже складно одразу виявити травму. Крім того, використання стимуляторів призводить до порушення сну, появі надмірної збудливості, підвищення почуття тривоги та тиску.

Одним з найбільш популярних препаратів цієї групи вважається кофеїн. Він, звичайно, не викликає важкого токсичного ефекту. Його побічна дія виявляється при застосуванні великих доз (десь 200 - 500 мг і більше). Міжнародний Олімпійський Комітет вважає кофеїн допінгом при вмісті його в сечі більше 15мл/л, тоді як після 2 випитих чашок кави вміст кофеїну в сечі не піднімається вище 6 мл/л. Кофеїн в ударних дозах робить на центральну нервову систему гіперстімулюючий вплив (збуджує центри блукаючих нервів), що веде до виснаження нервових клітин і появі порушень в діяльності серця (з'являються болі в області серця, підвищується тиск, частішає пульс). Також він може викликати різноманітні розлади шлунку.

Інший, не менш популярний препарат - ефедрин, його похідні і близькі до нього речовини. Ефедрин і його похідні використовуються як психостимулятори і засоби, що поліпшують дихальну функцію. Але на тлі інтенсивних і тривалих фізичних навантажень спостерігаються симптоми гострого отруєння: підвищується збудливість, відзначається розширення зіниць, деяке підвищення артеріального тиску, частішає пульс. Такий ефект зберігається 3-4 години, а потім змінюється млявістю, слабкістю.

Фенамін (амфетамін) - специфічно впливає на центральну нервову систему. Популярний як засіб для підвищення витривалості й вибухової сили, для зняття втоми. Посилює процеси збудження в вентральній нервовій системі, викликає відчуття припливу сил, підвищення працездатності,

Як і ефедрин, стимулює адренорецептори, викликаючи звуження периферичних судин, підвищення артеріального тиску, почастішання пульсу, в результаті спостерігається запаморочення, порушення сну, надмірна збудливість, неспокій, болі в області серця. Може розвинутися феномен віддачі - після припинення стимулюючої дії препарату з'являється загальна слабкість Анаболічні стероїди та інші анаболізуючі гормональні засоби поділяють на такі основні групи:

- андрогени (чоловічі статеві гормони): тестостерон, тестенат, метилтестостерон та ін.
- синтетичні анаболічні засоби: метан, нероболил, винстрол та ін.
- соматотропний гормон (гормон росту)
- гіпофізарний гонадотропний гормон (хоріонічний гонадотропін).

Стероїди вводяться внутрішньом’язово або ж приймаються орально, тобто в таблетованій формі. При ін'єкції речовина потрапляє безпосередньо в кров, у формі таблетки йде через шлунково-кишковий тракт до печінки, де-небудь частково руйнується, або надходить у кров у своєму незмінному стані. Далі численні стероїдні молекули пересуваються по всьому тілу за допомогою кров'яного русла. Вплив анаболічних стероїдів на організм чудодійно: багато атлетів, які застосовували стероїдні препарати, відзначають зникнення болів у суглобах і сухожиллях, зниження рівня холестерину в крові, підвищення стійкості організму до гіпоксії (кисневе голодування) - за рахунок підвищення утилізації кисню, підвищення змісту гемоглобіну в еритроцитах.

Анаболічні стероїди покращують венозний кровообіг, підсилюють приплив крові до працюючих м'язів. Це відчувається спортсменами у вигляді наповненості м'язів. Час відновлення після травм і важких тренувань зменшується. Значно збільшується тривалість

занять: застосування стероїдів дозволяє тренувати кілька разів в день, з'являється здатність виконати більш важке навантаження, поліпшується настрій, посилюється бажання тренуватися, з'являється стійкість до болю.

Поліпшується м'язова пам'ять. Але звичайні терапевтичні дози препаратів так працювати не будуть. Для досягнення анаболічного ефекту дози препарату повинні збільшитися в 10 - 20 і навіть 40 разів! За рахунок посилення обміну речовин збільшується швидкість трансформації препарату і сила його дії відповідно зменшується. Це потребує постійного збільшення дози допінгу, що і є причиною численних ускладнень.

Кількість спортсменів, які б приймали допінги зростала в кожнім роком, тому у 1989 році у Страсбурзі було проведено конвенцію проти застосування допінгу.

З метою зниження і в кінцевому рахунку викорінення допінгу в спорті, Сторони зобов'язуються прийняти в рамках своїх відповідних конституційних положень заходи, необхідні для здійснення цієї Конвенції.

Заходи, спрямовані на обмеження доступності допінгу і застосування заборонених допінгових препаратів і допінгових методів:

- Залежно від кожного конкретного випадку Сторони приймають закони, правові положення або адміністративні заходи обмеження доступності допінгу (і зокрема, положення, контролюючі перевезення, зберігання, імпорт, розповсюдження і продаж, а також використання у спорті заборонених препаратів і допінгових методів і, зокрема , анаболічних стероїдів).
- У цих цілях сторони або, при необхідності, компетентні неурядові організації визначають критерії надання державних дотацій спортивним організаціям для ефективного здійснення останніми антидопінгових правил.
- Крім цього, сторони надають своїм спортивним організаціям допомогу у фінансуванні антидопінгового контролю і аналізів або шляхом надання прямих дотацій або субсидій, або, враховуючи вартість контролю і аналізів, шляхом встановлення загальної суми дотацій і субсидій, що надаються цим організаціям, вживають відповідних заходів для запобігання подання в цілях тренування дотацій з громадських фондів тим спортсменам, участь яких у змаганнях було призупинено внаслідок виявлення порушень правил про допінг у спорті, при цьому на весь період відсторонення від змагань сприяють і, в разі необхідності, полегшують здійснення своїми спортивними організаціями антидопінгового контролю, необхідного компетентними міжнародними спортивними організаціями як в період, так і поза змагань.
- Сторони залишають за собою право за своєю ініціативою і під відповідальність приймати антидопінгові правила та організовуючи антидопінговий контроль за умови, що він узгоджується з відповідними принципами цієї Конвенції.

Під час змагань, спортсмен одержує повідомлення про те, що згідно з правилами, він повинен пройти допінг-контроль. В обов'язковому порядку допінг-контроль проходять переможці, що зайняли 1-е, 2-е і 3-є місце, а також за рішенням комісії один з кілька спортсменів, що не зайняли призових місць. Відмова спортсмена від проходження допінг-контролю або спроба фальсифікувати його результат розглядаються як визнання їм факту застосування допінгів з усіма серйозними наслідками.

Якщо раніше допінг-контроль проходили тільки висококваліфіковані спортсмени і тільки під час відповідальних міжнародних і внутрішніх змагань, то зараз такий контроль проводиться не тільки в змагальному періоді, але і під час тренувальних занять; причому тестуванню на допінг підлягають усі особи, що займаються спортом, незалежно від їхньої спортивної приналежності.

Видимість допінгу загрожує спортсменові суворими покараннями, аж до повного відлучення від спорту. При першому виявленні заборонених засобів (за винятком симпатоміметичних препаратів, таких як ефедрин та його похідні) він дискваліфікується на 2 роки, при повторному - довічно. У разі прийому симпатоміметиків в перший раз - дискваліфікація на 6 місяців, у другій на 2 роки, в третій - довічно. При цьому покаранню

піддається також тренер і лікар, який спостерігав за спортсменом. Застосування як допінгу будь-яких засобів, офіційно віднесених до наркотичних, сприяє притягненню до адміністративного та кримінального покарання.

Озираючись на історію існування допінгу, можна прийти до висновку, що перемоги здобувалися не спортсменами, а фармацевтами, які зробили з професійного спорту прибутковий бізнес, а їх налагодженій системі не страшні ніякі допінг-контролі.

Спортсмени ніколи не могли дозволити собі зупинитися на якомусь результаті і не йти далі. Зараз їх поставили ще перед однією проблемою: порушуй правила або програй .

Таким чином, під величезний сумнів ставиться сам факт існування чесного професійного спорту як такого.

Література

1. «Медичний Вісник» випуск 12, 2012
2.Інтернет-газета Washington ProFile
3. Рада Європи, Серія європейських договорів № 135
4. GYM on-line. Анаболічні стероїди

УДК 616.12.- 089.168 **Склярова С.В**.

ОПЕРАЦИЯ ЭНДОВАСКУЛЯРНОГО ЗАКРЫТИЯ ДЕФЕКТА МЕЖПРЕДСЕРДНОЙ ПЕРЕГОРОДКИ ПРИ ВРОЖДЕННОМ ПОРОКЕ СЕРДЦА

Открытое овальное окно - небольшая щель между предсердиями, которая называется открытым овальным окном. Такая щель есть у плода в утробе матери и, как правило, закрывается она самостоятельно в первые несколько месяцев жизни. У подростков открытое овальное окно может привести к развитию внезапной тромбоэмболии сосудов головного мозга (инсульту). Только в этом случае открытое овальное окно требует эндо васкулярного закрытия. Лечение дефекта меж предсердной перегородки.

Показанием для выполнения операции является перегрузка и увеличение правых отделов сердца. В случае большого дефекта меж предсердной перегородки, значительного сброса крови, при появлении и нарастании симптомов сердечной недостаточности операция должна быть выполнена вне зависимости от возраста пациента. На сегодняшний день существует два способа закрытия дефектов: эндо васкулярный способ и операция в условиях искусственного кровообращения (ушивание ДМПП или закрытие его заплатой). Эндо васкулярное закрытие ДМПП.

Окклюдер- устройство представляет собой два диска из нитинола (сплав элементов титана и никеля, обладает эффектом памяти формы), заполненные тонкими нитями из дакрона (синтетический полимер). В сложенном состоянии окклюдер располагается в тоненькой трубочке – катетере.

Материалы, из которых сделан окклюдер полностью биосовместимые и гипоалергенные, не имеют магнитных свойств. Эндо васкулярное вмешательство выполняется в условиях рентгеноперационной. Перед проведением операции эндо васкулярного закрытия дефекта меж предсердной перегородки всем пациентам проводится транс пищеводное ультразвуковое исследование сердца (УЗИ). Поскольку наше сердце располагается непосредсдвенно за пищеводом, транс пищеводное УЗИ дает полную информацию об анатомии такого порока сердца

Размер дефекта измеряют по ЭхоКГ или определяют с помощь измерительного баллона. Затем через прокол вены на бедре окклюдер в «упакованном» виде, по ходу естественных сосудов вводится в полости сердца, под контролем рентгеноскопии и эхокардиографии устанавливается таким образом, что один из его дисков располагается в левом предсердии, другой – в правом предсердии. Дефект оказывается полностью закрыт заплаткой, которая исключает сброс крови из левого предсердия в правое.

Эндо васкулярный метод лечения заключается в том, что через бедренную вену пациенту вводят проводник, по которому к сердцу доставят окклюдер - имплант, который закроет дефект. Окклюдер представляет собой сеточку, полую внутри, которая при скручивании принимает форму нити и легко помещается в трубочку. Трубочку подводят к сердцу, выталкивают окклюдер, он принимает свою форму и закрывает дефект. Если окклюдер установлен правильно, катетер отсоединяется и извлекается наружу, если произошло смещение, окклюдер может быть снова втянут в доставляющий катетер и процесс установки повторится. Продолжительность вышеописанной процедуры, включая подготовку пациента - около часа. Через сутки после операции проводится контрольное обследование и пациента выписывают.

После выписки пациент находится под наблюдением кардиохирурга, с периодичностью сначала в один, затем в три месяца выполняется эхокардиография для контроля положения окклюдера и герметичности меж предсердной перегородки. На сегодняшний день более чем у 90% пациентов дефект меж предсердной перегородки может быть устранен при помощи эндо васкулярной операции. В то же время имеются противопоказания. Это огромные дефекты без краев, что делает невозможным надежную фиксацию окклюдера, наличие у пациента других внутрисердечных аномалий (часто это бывает аномальный дренаж одной или нескольких легочных вен), требующих хирургической коррекции.

Отсутствие аортального края или аневризма перегородки не являются противопоказаниями к эндо васкулярному лечению порока. Хочется отметить, что возможность закрытия дефекта окклюдером могут точно определить лишь опытный УЗИ-специалист или эндо васкулярный хирург после проведения транс пищеводной ЭхоКГ. На данные обычной транс торакальной ЭхоКГ ориентироваться можно лишь условно. Эндо васкулярно исправляют дефекты меж предсердных и межжелудочковых перегородок, закрывают открытые артериальные протоки, стен тируют сосуды, расширяют сосуды и клапаны и многое другое. Длительность операции не более 2 часов.

Противопоказания к закрытию ДМПП с помощью окклюдера:

- резкое сужение сосудов и неспособность доставки окклюдера к месту имплантации;
- патология клапанов сердца, когда необходима коррекция этой патологии;
- патологический венозный дренаж из легких;
- наличие инфекции клапанов;
- наличие тромбов в просвете камер сердца или нарушения гемостаза (системы свертывания и против свертывания крови) или непереносимость аспирина или аспирин подобных препаратов.

Особенности:

- первые сутки нельзя сгибать ногу, через которую происходила операция. Утром уже можно становиться на ногу;
- антибиотики вводят в день операции, а потом ещё 2 дня, для профилактики бактериальных осложнений;
- 6 месяцев ребёнку необходимо принимать аспирин в дозировке, назначенной врачом. Один раз в день, после еды;
- неделю нельзя купаться в ванной и в водоёмах;
- 6 месяцев не рекомендуют бегать, прыгать и поднимать тяжёлое;
- повторные ЭХОКГ нужно делать через 2 недели, через 3 и 6 месяцев, потом через год и 2 года.

После операции по закрытию дефекта окклюдером пациентам, перенесшим эндоваскулярное лечение порока сердца, назначаются антикоагулянты, предотвращающие тромб образование и антибиотики, обеспечивающие профилактику послеоперационного эндокардита.

Реабилитация после процедуры:

- На месте введения катетера в сосуд еще некоторое время должна оставаться стерильная повязка.

- Некоторое время после процедуры ощущается дискомфорт в горле, обусловленный введением транс пищеводного датчика.

- В течение 6 месяцев после операции должен приниматься аспирин для профилактики тромб образования и в случае простудных заболеваний проводить антибиотикопрофилактику инфекционного эндокардита.

- В течение 6 месяцев после процедуры необходимо будет ограничить физические нагрузки.

- Уже через 6 месяцев после операции окклюдер полностью покрывается собственными клеточками сердца – эндотелизируется.

ЛИТЕРАТУРА

1. Архангельський Н.В. Цінності і виховання / / № 4 - М.: Педагогіка, 1999.
2. Бріхцін М. Воля і вольові якості / / Психологія особистості в соціалістичному суспільстві. - М., - № 4. - 1999.
3. Виноградова Н.Д. Морально-вольові якості особистості. - М., 1997.
4. Івашкін В.С. Природа і психологічні механізми вольового зусилля / / Проблеми психології волі. - Рязань, 1999. - С. 19-23.
5. Ільїн Є.П. Психологія волі. - СПб., 2000.
6. Мілютіна К.Л. Особливості емоційно-вольової регуляції в умовах внутрішнього конфлікту. - Київ, 1998. - С. 16.
7. Пуні А.Ц. Психологічні основи вольової підготовки в спорті. - М., 1997.
8. Рудик П.А. Психологія волі спортсмена. - М., 1993.

Електроні ресурси

1.http://occluder.com.ua/myi-lechim/defekt-mezhpredserdnoj-peregorodki.html
2.http://www.heart.kiev.ua/?page_id=1391&lang=ru
3.http://www.medglobus.ru/Medarticles-Cardiosurgery-Atrial%20Septal%20Defects%202.htm
4).https://volynka.ru/Operations/Details/221

УДК 796.01.1 Обмачевский Б.О.

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ЛЮДИНИ

Фізичне виховання-система соціально-педагогічних заходів, спрямованих на зміцнення здоров'я, загартування організму, гармонійний розвиток форм, функцій і фізичних можливостей людини, формування життєво важливих рухових навичок та вмінь. Теорія і практика фізичного виховання спираються на дані фізіології, яка озброює теорію і методику фізичного виховання знаннями про закономірності розвитку організму людини, вплив різноманітних чинників на його функціональну діяльність. На основі її даних розробляють науково обґрунтовану систему фізичних вправ, спрямованих на розвиток рухових дій і формування фізичних якостей організму.

Виховання підростаючого покоління фізично здоровим - важливе завдання сім'ї та школи. Однак нині практично здоровими є лише 27% дітей до шкільного віку, лише 65% дітей і 60% підлітків фізично гармонійно розвинені. Значна кількість учнів старших класів за станом здоров'я мають обмеження що до вибору професії, а серед випускників шкіл не менше половини не придатні або частково придатні до військової служби. Усе це свідчить про необхідністьдокорінноїперебудовиорганізаціїфізичноговихованняшколярів, зміни поглядів на фізкультуру, фізичний стан, красу людського тіла. Йдеться про розвантаження навчальних планів і програм, скорочення інформативного навчання, збільшення кількості годин для уроків фізичної культури, відмову від традиційних форм режиму діяльності на уроці, коли діти увесь час сидять майже нерухомо, на користь їх інтенсивної праці, а також про перегляд концепцій і методики фізкультурної роботи в школі. Вона повинна стати формою активного відпочинку, працювати на здоров'я, виховання і задоволення фізіологічних потреб дитини.

Важливість фізкультури, здорового способу життя має підкреслювати своєю поведінкою вчитель.Відповідно до Національної доктрини розвитку освіти фізичне виховання як невід'ємна складова освіти має забезпечитина буття кожною людиною необхідних науково обґрунтованих знань про здоров'я і засоби його зміцнення, про шляхи і методи протидії хворобам, про методики досягнення високої працездатності і тривалоїтворчоїактивності.У фізичному вихованні використовують фізичні вправи і природні.Фізичними вправами є рухові дії, спеціально організовані й свідомо виконувані відповідно до закономірностей і завдань фізичного виховання.

До них належать гімнастика, ігри, туризм, спорт:- гімнастика як спеціальний вид фізичного вдосконалення охоплює найрізноманітніші вправи: стройові та порядкові (навчання раціональних способів шикувань, перешикувань та пересувань з метою виховання навичок колективних дій); загальнорозвиваючі (передбачають розвиток як окремих частин тіла, так і всього організму); вільні вправи (удосконалення координації рухів, вироблення чуття ритму, краси рухів); прикладні як засіб всебічного розвитку особистості (біг, стрибки, метання та ін.); гімнастичні - вправи на різних спеціальних приладах (акробатичні, що розвивають силу, спритність, уміння орієнтуватися в просторі; вправи художньої гімнастики як засіб фізичного та естетичного виховання) -ігри, задовольняючи природний потяг дітей і підлітків до рухової активності, збуджують колективні переживання, вселяють радість від спільних зусиль, сприяють зміцненню товариськості й дружби.

У початкових класах проводять переважно рухливі ігри, в середніх і старших - спортивні; -туризм охоплює прогулянки, екскурсії, походи і мандрівки, які організовують для ознайомлення учнів з рідним краєм, природою, історичними та культурними пам'ятками. У таких заходах учні фізично загартовуються, вчаться бути витривалішими, набувають

Для виявлення спортивно-технічних результатів проводять змагання. У спортивній боротьбі учні долають значні фізичні та нервові навантаження, виявляють і розвивають рухові й морально-вольові якості. Природні чинники (сонце, повітря, вода), діючи спільно з фізичними вправами, посилюють їх оздоровчий вплив на учнів. Методи фізичного виховання:Фронтальний метод-характерною ознакою його є спрямованість роботи всіх присутніх на занятті на виконання лише одного завдання. Груповий метод-характерною ознакою його є спрямованість роботи на вирішення кількох завдань одразу. Індивідуальний метод-характерна його ознака та, що кожен учень виконує своє, індивідуальне завдання. Станційний метод-він має певну схожість із трьома вище описаними методами , бо об'єднує в собі переваги і фронтального, і групового , й індивідуального.

Засоби фізичного виховання:Фізичні вправи-рухові дії, за допомогою яких вирішуються освітні виховні завдання і завдання фізичного розвитку. Багатократне виконання рухових дій складає фізичну діяльність. Згідно із навчальною програмою, розробленою ініціативною групою вчених на замовлення Міністерства освіти України, у процесі фізичного виховання у вищих закладах освіти використовуються традиційні і нетрадиційні засоби і методи фізкультурної освіти та фізичного удосконалення. Добір засобів і методів здійснюється за розсудом викладачів з урахуванням фізкультурних і спортивних інтересів та індивідуальних особливостей тих, хто займається, рівня їхнього здоров'я, фізкультурної освіти, фізичної підготовленості, наявності умов для занять, екологічного добробуту.

Забороняється використання засобів і методів у фізичному вихованні, пов'язаних з невиправданим ризиком для життя і здоров'я тих, хто займається, а також таких, які не відповідають етичним вимогам, формують культ насильства і жорстокості. Форми і види занять Основними видами навчальних занять з фізичного виховання у вищих навчальних закладах є:лекції;лабораторні, практичні, семінарські, індивідуальні заняття;консультації. Інші види навчальних занять визначаються у порядку, встановленому кафедрою фізичного виховання вищого навчального закладу. Позаучбові заняття з фізичного виховання організують і проводяться у формі:занять у спортивних клубах, фізкультурно-оздоровчих центрах, секціях, групах за інтересами;самостійних занять фізичними вправами, спортом, туризмом;масових оздоровчих, фізкультурних і спортивних заходів;занять протягом дня по забезпеченню працездатності, після робочого відновлення, психорегуляції, корекції.

Література

1.В.П.Іващенко , О.П.Безкопильний"Теорія і методика фізичного виховання"С.159-163.С.168-169

2."Теорія і методика фізичного виховання" Т.Ю.Круцевич С.83-84

Електроні ресурси

1.https://uk.wikipedia.org/wiki/

2.http://subject.com.ua/psychology/psyho_pedagog/119.html

3..http://pidruchniki.com/pedagogika/fizichne_vihovannya

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ

Збуринь Г.М. ЖІНОЧА ДОЛЯ В ХУДОЖНІЙ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ СВІТЛАНИ ТАЛАН: РОМАН «НЕ ВУРДАЛАКИ»……3

Кірюта К.П. ТВОРИ ЛІРИЧНОГО РОДУ У ВИМІРАХ ПЕДАГОГІКО-ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ……4

Ковальова В.І. КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ НА УРОКАХ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ……...6

Корнійчук О.І. ЖІНОЧИЙ СВІТ ТВОРІВ ДАРИНИ ГНАТКО……8

Кравченко А.К. ХУДОЖНЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ МІФОЛОГІЧНИХ УЯВЛЕНЬ У РОМАНІ ДАРИ КОРНІЙ «ГОНИХМАРНИК»……..10

Помазан О.І. ЖАНР БАЛАДИ У ТВОРЧОСТІ ІВАНА ДРАЧА……12

Толкачова В.Ю. «НЕ ШУКАЙТЕ ДОМОВИНУ – БАТЬКО З'ЇВ СВОЮ ДИТИНУ…»……15

Толстолуцька А.С. ПРОБЛЕМА «НАДЛЮДИНИ» У ДРАМІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА «ЧОРНА ПАНТЕРА І БІЛИЙ ВЕДМІДЬ»……...17

Дубравіна О.О. ЧИТАЦЬКА КОМПЕТЕНЦІЯ: ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ……19

Байрацька А.О. «ПЕРЕВЕРНУТИЙ» УРОК ЯК НОВА ТЕХНОЛОГІЯ НАВЧАННЯ……22

СЕКЦІЯ

РЕКЛАМА

Стовба О.О. СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА РАДІО……24

Супрун Г.С. ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА НА ВУЛИЦЯХ СУЧАСНОГО МІСТА…….....25

Шамрій В.О. РЕКЛАМА ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ «1+1», «СТБ», «ІНТЕР»)……27

Бондаренко В.Е. РЕКЛАМУВАННЯ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ПОСЛУГ У МІСТІ МАРІУПОЛЬ……28

Балабан В. М. СПРИЙНЯТТЯ ТРАНСПОРТНОЇ РЕКЛАМИ ЛЮДИНОЮ…….....30

Бондаренко М. О. ОБРАЗ ДИТИНИ В ТЕЛЕВІЗІЙНІЙ РЕКЛАМІ……..31

Близнюк В. О. СПЕЦИФІКА РЕЛАМИ В ІНТЕРНЕТІ НА ЇЇ ВИДИ……32

Кочмар В.О. ПРОБЛЕМА ПРАВ ЛЮДИНИ В РЕКЛАМНИХ МЕДІА……34

Светліченко А. С. РЕКЛАМНА АКЦІЯ ЯК СТИМУЛЮЮЧИЙ ЗАХІД (НА ПРИКЛАДІ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНОГО МАГАЗИНУ "DOMINIC")……35
Балабан В. В. ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ДИСКРИМІНАЦІЇ ПРАВ ЛЮДИНИ НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ……..36
Перчак Д.В. ЖАНРОВА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕКЛАМИ В ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ИЛЬИЧЕВЕЦ.ГОРОД»)……38
Горбатюк Л. О. ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ РЕКЛАМИ ТОВАРУ НА РИНКУ……...39
Аджавенко К.М. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА НА ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТА МІСЦЕВИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ……...40
Башко С. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЙ ДЛЯ ЗМК……41
Даниленко Я. Р. ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ СКЛАДОВОЇ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ (НА ПРИКЛАДІ «СТУДІЯ» 1+1»»)……42
Крилова А. М. ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ СКЛАДОВОЇ НА РАДІО (НА ПРИКЛАДІ "АВТОРАДІО")……44
Буравцов М. М. ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ……..45
Устименко А. О. ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ СКЛАДОВОЇ ІНТЕРНЕТ ПОРТАЛУ (НА ПРИКЛАДІ САЙТУ 0629)……...46

СЕКЦІЯ

PUBLIC RELATION (ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ)

Ерьоменко М. С. ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВНУТРІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ ПРИВАТНОГО МЕДИЧНОГО ЦЕНТРУ В ІНТЕРНЕТІ……..47
Хорош М. В. ВИКОРИСТАННЯ «INSTAGRAM» В ПРОСУВАННІ НОВОГО БРЕНДУ (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «M-MARKET»)……49
Герт О. Ю. ЛОГОТИП ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ……..50
Дерев'янко О. А. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЗАКЛАДУ СФЕРИ ПОСЛУГ……..52
Андрющенко С. О. ЗАСОБИ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ (НА ПРИКЛАДІ ВІТЧИЗНЯНИХ БРЕНДІВ «NKSPORT» ТА «IDOL»……...53
Коновалова І. С. ПРОСУВАННЯ НОВОГО ПРОЕКТУ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТУ (НА ПРИКЛАДІ СЕРВІСУ «OH MY LOOK!»)……55

Смирнов С. Д. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ПРЕС-СЛУЖБИ МВС (НА ПРИКЛАДІ ЦЕНТРАЛЬНОГО ВІДДІЛУ ПОЛІЦІЇ, НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ)……56

Пугач М. Р. КРИЗОВИЙ ПІАР: ЕФЕКТИВНІ ПІАР-ТЕХНОЛОГІЇ БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»)…….58

СЕКЦІЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

Прокопчук Е. І. ЖАНР ПОДОРОЖНЬОГО НАРИСУ У ТРЕВЕЛ-ВИДАННІ ……...60

Бадасен П. В. ЖАНРОВО-СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ ВІРИ ЧЕРЕМНИХ В ЖУРНАЛІ «ЖУРНАЛІСТ УКРАЇНИ» …….....61

Мяснікова Є. А. ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ПРЕСИ В МАРІУПОЛІ НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «МАРИУПОЛЬСКАЯ ЖИЗНЬ» ……63

Малий В. В. ПРОБЛЕМАТИКА ТА ЖАНРОВІ СИСТЕМИ В СПОРТИВНИХ ВИДАННЯХ ……64

Космінський О.В. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНОГО ЖУРНАЛУ …….....66

Небогатих О. О. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ РАЙОННОЇ ГАЗЕТИ «НІКОЛЬСЬКИЙ ВІСНИК» ……...67

Жарких Є. О. ЕДЮТЕЙНМЕНТ У ЖУРНАЛАХ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ …….68

Логінова А. С. ВИДАННЯ ДЛЯ ФОТОГРАФІВ ЯК РІЗНОВИД СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ВИДАННЯ …….....69

Ралюк Ю. В. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ В ЖУРНАЛІСТИЦІ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «ПУБЛІЦИСТ») ……71

Ващенко О. О. СПОРТИВНЕ ЖИТТЯ МІСТА НА СТОРІНКАХ МАРІУПОЛЬСЬКИХ ВИДАНЬ ……..73

Биков І. І. ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНА СПЕЦИФІКА ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ НА ЕКОНОМІЧНУ ТЕМУ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ «ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ) ……74

Димитров В. І. ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКОВИХ КОМПЛЕКСІВ ГАЗЕТИ «ИЛЬИЧЕВЕЦ. ГОРОД» ……75

Барановська Я. С. ПРОБЛЕМИ ФУТБОЛУ В МАТЕРІАЛАХ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ «СПОРТ.UA» ……76

СЕКЦІЯ

ІНТЕРНЕТ, ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТА РАДІО: РОЗВИТОК ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Сударенко О. О. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНОЇ РАДІОПЕРЕДАЧІ (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОЇ ПРОГРАМИ «ТВІЙ ВИБІР») ……..77

Іваніна А. О. СПЕЦИФІКА ПОБУДОВИ ВИПУСКУ НОВИН НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ ……79

Петряєва С. О. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ В ТОК-ШОУ ТА СПРИЙНЯТТЯ ЇЇ АУДИТОРІЄЮ (НА ПРИКЛАДАХ МІСЦЕВОГО ТЕЛЕКАНАЛУ «МТВ», УКРАЇНСЬКИХ КАНАЛІВ «ІНТЕР» ТА «ICTV) ……80

Бєлоусова А. О. ІНТЕРВ'Ю ЯК МЕТОД ОДЕРЖАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ТА ХУДОЖНІЙ ПРИЙОМ У ТЕЛЕПРОГРАМАХ РІЗНИХ ФОРМАТІВ ……82

Качекан А. О. ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ «ЕКСТРЕМАЛЬНОЇ» ЖУРНАЛІСТИКИ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ ……84

Крупій В. В. КОМЕРЦІЙНЕ ФМ-РАДІОМОВЛЕННЯ М. МАРІУПОЛЯ: ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК ……...85

Хаджинова Е. Д. СПОСОБИ ТА МЕТОДИ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ СЛУХАЧА НА РАДІО …….87

Крамська Е. Р. ЕВОЛЮЦІЯ ПІСЕННИХ КОНКУРСНИХ ПРОГРАМ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ ……..89

Жихарева Т. Ю. СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО САЙТУ ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ, ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ……90

Донєва М. Р. АВТОРСЬКА ПРОГРАМА, ЯК РЕЗУЛЬТАТ ВТІЛЕННЯ АВТОРОМ ЗАДУМУ В ЕФІРНИЙ РАДІОПРОДУКТ НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМИ «ЯК ВИЖИТИ В СІМ'Ї» ……91

Гаков М. М. СПОРТИВНИЙ РЕПОРТАЖ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ОСОБЛИВОСТІ І ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ……...……93

Кірконос А. М. ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ РАНКОВИХ ЕФІРІВ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РАНКОВИХ ПРОГРАМ …….....94

Толок П. О. СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ПОРТРЕТНОГО НАРИСУ АУДІОВІЗУАЛЬНИМИ ЗАСОБАМИ …….....96

Єпікова Я. С. ВИКОРИСТАННЯ ЖАНРУ РЕПОРТАЖУ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОГРАМАХ СУЧАСНОГО РАДІО (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ НА УКРАЇНСЬКИХ РАДІО «ЕРА» ТА «ГРОМАДСЬКЕ РАДІО») ……...97

Власова М. С. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ДИТЯЧИХ РАДІОПРОГРАМ НА ПРИКЛАДІ ОДНІЄЇ З МІСЦЕВИХ РАДІОСТАНЦІЙ …….98
Лукашова А. О. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ НОВИНОГО КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «INSTAGRAM» ……...99
Кумуджиєва В. К. ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА НА РАДІО. СПЕЦИФІКА ПРЯМОГО ЕФІРУ …….102
Чурікова В. В. МОДЕЛЬ НАУКОВО-ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ПРОГРАМИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛІВ «СИГМА» ТА «МАРІУПОЛЬСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ») …….103
Тупікіна О. О. АНАЛІЗ САЙТУ «MRPL.CITY» ……...104
Манько Д. А. СПЕЦИФІКА НОВИННИХ МАТЕРІАЛІВ САЙТУ «ЦЕНЗОР.NET» ……106

СЕКЦІЯ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗМІ

Кащишин І. Я. ІНФОГРАФІКА ЯК КЛЮЧОВИЙ ЗАСІБ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ…...107
Михайлова Ю. В. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАМОВНИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ….108
Павлій І. В. ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ……...110
Музоватова І. І. РОБОТА ЖУРНАЛІСТА З ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ …….112
Друпп К. В. СТАНОВЛЕННЯ ЕТИКИ ТА МОРАЛІ В РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА …….114
Московцова В. В. ВИДИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ВПЛИВУ У ЖУРНАЛІСТИЦІ ……..115
Шапранова Л. О. ПРОФЕСІЯ ЖУРНАЛІСТА – ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ …….116
Мальцева Г.С. ВИКОРИСТАННЯ ДИТЯЧИХ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ШКОЛЯРІВ МОЛОДШИХ КЛАСІВ……118
Колодяжний А. К. ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ……120
Гапешко Н. С. ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА У МАТЕРІАЛАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ «ІНТЕРФАКС-УКРАЇНА» ТА «УНІАН» ……..121
Донєва М. Р. ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА ……122
Кумуджиєва В. К. ВИСВІТЛЕННЯ У ЗМІ ПРАВ ДИТИНИ ……...124

СЕКЦІЯ

ДИСИДЕНТСЬКА ПУБЛІЦИСТИКА В ІСТОРИЧНІЙ РЕТРОСПЕКТИВІ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВА

Чурікова В. В. ПУБЛІЦИСТИКА ГРЕКИНІ ПРИАЗОВ'Я ТА ДИСИДЕНТКИ РАЇСИ МОРОЗ…….125

Прокопчук Е. І. СВІТОГЛЯДНА ПУБЛІЦИСТИКА ЄВГЕНА СВЕРСТЮКА …….126

Сударенко О. О. ПОЛІТИЧНА ПУБЛІЦИСТИКА ЛЕВКА ЛУК'ЯНЕНКА ……..128

Ралюк Ю. В. ТАБОРОВА ПУБЛІЦИСТИКА УКРАЇНСЬКИХ ДИСИДЕНТІВ ……129

Космінський О.В. ВАСИЛЬ ОВСІЄНКО ЯК АВТОР ПРАВОЗАХИСНОЇ І ДИСИДЕНТСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ ……..130

Мальцева Г.С. ПУБЛІЦИСТИКА ДЕСИДЕНТІВ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ …….132

СЕКЦІЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

Бекішева Ю.А. ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ ТА ПЕРЕЖИВАННЯ СТРАХІВ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ЖИТТЯ.....134

Бондар Т.М. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФЕНОМЕНУ УПРАВЛІННЯ.....136

Бондарь О.В ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОРИЧНИХ АСОЦІАТИВНИХ КАРТ У СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЧНІЙ ПРАКТИЦІ.....139

Гуляс Л.Ю. РОЗУМІННЯ ПЕРЕЖИВАННЯ У ПСИХОЛОГІЇ…….....141

Іванова О.С. ФЕНОМЕНОЛОГІЯ ОСОБИСТІСНОЇ УСПІШНОСТІ.....144

Коренєва І.В. СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЛАСНОГО КЕРІВНИКА ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....147

Олефіренко К.С. СУТНІСТЬ І СТРУКТУРА ПОНЯТТЯ «ПРОФЕСІЙНИЙ ІНТЕРЕС».....148

Омельченко Ю.С. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗНАХОДЖЕННЯ ЛІВОРУКОЇ ДИТИНИ У ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ.....150

Павлов Д.А. ГУМОР ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДЛІТКІВ.....151

Русецька О.М. ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА ЯК УМОВА СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБЛИВИХ ДІТЕЙ.....153

Савченко А.В. СОЦІАЛЬНЕ САМОВИЗНАЧЕННЯ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ.....155

Струтинська О.М. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСОБИСТОСТІ ВЧИТЕЛЯ……156

Токарєва А.М ЖИТТЄСТІЙКІСТЬ В ЗАРУБІЖНИХ ТА ВІТЧИЗНЯНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....158

Чауш К.А. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ПОЧАТКОВОЇ ЛАНКИ.....161
Чемет О.В. ПЕРВИННЕ ПРОФЕСІЙНЕ САМОВИЗНАЧЕННЯ СТАРШОКЛАСНИКІВ В СТРУКТУРІ «Я-КОНЦЕПЦІЇ».....164
Яковенко І.О. ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ ФОТОГРАФІЇ ЯК МЕТОДУ ЗМІНЕННЯ СТРУКТУРИ САМОСТАВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ.....166
Лютая Н.О. БАТЬКІВСТВО ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГЧНИЙ ФЕНОМЕН.....168
Пархоменко І.А. ОСОБИСТІСНА ГОТОВНІСТЬ СУБ'ЄКТА ДО ЗМІН У ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ.....170

СЕКЦІЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЕДАГОГІЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

Арабаджи Г.В. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛІЗАЦІЇ УЧНІВ…….173
Архипова В. М. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С АГРЕССИВНЫМИ ДЕТЬМИ И МЕТОДЫ КОРРЕКЦИИ АГРЕССИИ……174
Будико А.В. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ……176
Бураковський А.С. ПРОБЛЕМА ОБДАРОВАНОСТІ У ПЕДАГОГІЧНІЙ ПСИХОЛОГІЇ…..177
Дегерменджи А.Д. ВРАХУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗОНИ НАЙБЛИЖЧОГО РОЗВИТКУ ДИТИНИ У ВИКЛАДАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ……179
Кудлай В.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ЗРІЛОСТІ ШКОЛЯРІВ……...180
Литовченко Т.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ОБДАРОВАНОЇ ДИТИНИ……..…181
Меркулова С. І. ОСОБЛИВОСТІ ВИХОВАННЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ У ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ……..183
Пахомов В.М. ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ЗРІЛОСТІ УЧНЯ ……184
Федіна М. Г. РОЗВИТОК ДИТЯЧОЇ ТВОРЧОСТІ У МЕЖАХ УРОКУ……186

СЕКЦІЯ

АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

Князько А.С. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ЕТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ВИХОВАТЕЛЯ ДОШКІЛЬНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ……..187
Камишанська В.І. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ ВИХОВАТЕЛІВ ДНЗ ДО ОСОБИСТІСНО ОРІЄНТОВАНОЇ ВЗАЄМОДІЇ З ДОШКІЛЬНИКАМИ……..190

Денищик Н.С. ЕСТЕТИЧНЕ ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ МУЗИЧНО-ХОРЕОГРАФІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ……...194
Бусько О.О. ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ МОВНОГО ЕТИКЕТУ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……..196
Носенко Т.С. ПІЗНАВАЛЬНА АКТИВНІСТЬ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ……198
Савченко О.В. ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ СПОСТЕРЕЖЛИВОСТІ ЯК БАЗОВОЇ ЯКОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……...199
Андрєєва Л.С. ЛІДЕРСТВО ЯК ЯКІСТЬ ОСОБИСТОСТІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……..201
Ріскова П.А. ***С***ЮЖЕТНО-РОЛЬОВА ГРА ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ТВОРЧОСТІ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……...……203
Літовчук К.В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ САМООЦІНКИ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ У РУХЛИВИХ ІГРАХ……204
Мельниченко К.О. ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ ПОНЯТЬ У ДІТЕЙ П’ЯТОГО РОКУ ЖИТТЯ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА……..206
Загребельська А.В. ОБГРУНТУВАННЯ САМОСТІЙНОСТІ ЯК БАЗОВОЇ ЯКОСТІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……..207
Лігунцова Є.Ю. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ КУЛЬТУРИ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……...209
Гужвій С.П. ПОНЯТТЯ ПРОСТОРУ-ЧАСУ: ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ АСПЕКТ……..210

СЕКЦІЯ

ТЕОРІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ СУЧАСНОЇ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

Бура О. М. ІГРОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК УМОВА І ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ УЯВЛЕНЬ ДОШКІЛЬНИКІВ ПРО СВІТ ПРОФЕСІЙ……...212
Красозова М.В. ВИХОВНІ МОЖЛИВОСТІ ТЕАТРАЛІЗОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ……214
Кумуржи М.В. РУЧНА ПРАЦЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ: СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ……..216
Латишева К.Г. СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ НЕТРАДИЦІЙНИХ ТЕХНІК В ХУДОЖНІЙ РУЧНІЙ ПРАЦІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……217
Степанєц В.М. ПЕДАГОГІЧНА ТЕХНІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЕДАГОГІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ……219

Яковцова Ю.В. СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ НЕТРАДИЦІЙНИХ ТЕХНІК ЗОБРАЖУВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ……..221
Лівинець А.А. ХУДОЖНЯ ПРАЦЯ ЯК ЗАСІБ ЕСТЕТИЧНОГО ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ……..223

СЕКЦІЯ «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЗІЧНОГО ВИХОВАННЯ»

Лодкин А.В. ИСТОРИЯ СПОРТА И ЕГО ФУНКЦИИ В ОБЩЕСТВЕ……..226
Кононова К.С. ЗНАЧЕННЯ СПОРТУ ТА ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В ЖИТТІ ЛЮДИНИ…….. ……. ……229
Федорова В.В. ПАРНОЕ ФИГУРНОЕ КАТАНИЕ НА КОНЬКАХ…….....230
Петренко Е.С. МИНИ-БАСКЕТБОЛ …….232
Конєва О.І. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОЙ МЕДИЧНОЙ ГРУПИ…….234
Клименко Е.П. КАК ПРАВИЛЬНО ДЫШАТЬ В ЙОГЕ……236
Хоцький А.Є. АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ В УКРАЇНІ……...237
Померанская Н.В. НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ФИТНЕСЕ……...239
Амирасланова Л.А. МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ СИЛОВОЙ ВЫНОСЛИВОСТИ ……241
Клименко М.С. НАЙВІДОМІШІ СПОРТСМЕНИ УКРАЇНИ……..243
Матвієнко А.К. ЗНАЧЕННЯ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ У ЖИТТІ ЛЮДЕЙ РІЗНОГО ВІКУ…….245
Самойлова В.О. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ……247
Канна Д.О. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И СЛЕНГ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ВОЛЕЙБОЛЕ……..…….249
Посохова В.В. СПОРТ И МОЛОДЕЖЬ……...251
Рудь В.С. ОСНОВИ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ……..……..252
Сакович В.А. ДВИГАТЕЛЬНЫЕ НАВЫКИ И ДВИГАТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА ……..254
Івлева О.О. ДОПІНГ У СПОРТІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ……..256
Склярова С.В. ОПЕРАЦИЯ ЭНДОВАСКУЛЯРНОГО ЗАКРЫТИЯ ДЕФЕКТА МЕЖПРЕДСЕРДНОЙ ПЕРЕГОРОДКИ ПРИ ВРАЖДЕННОМ ПОРОКЕ СЕРДЦА…….259
Обмачевский Б.О. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ЛЮДИНИ ……..262

Збірник тез доповідей студентів
Факультету філології та масових комунікацій

ДЕБЮТ

У збірнику публікуються тези українською та російською мовами

Технічний редактор: Стуліка О.Б.
Комп’ютерна верстка: