

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

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
ТЕОРІЇ ТА ІННОВАЦІЇ**

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

Одеса, 27-29 березня 2019 р.

Редакційна колегія:

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

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

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

Сухотеріна Л. І. – професор, доктор істор. наук, завідувач кафедри політології гуманітарного факультету ОНПУ

Колот С. О. – кандидат психологічних наук, доцент, декан гуманітарного факультету ОНПУ

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

Василенко О. П. – канд. пед. наук., доцент кафедри ІДМК ОНПУ

Кубко В. П. – канд. філос. наук, доцент кафедри ІДМК ОНПУ

Мельник С. М. – канд. філол. наук, доцент кафедри ІДМК ОНПУ

Сікорська В. Ю. – канд. філол. наук, доцент кафедри ІДМК ОНПУ

Якубовська М. Г. – канд. філол. наук, доцент кафедри ІДМК ОНПУ

А 43 Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації: зб. Матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, Одеса, 27-29 березня 2019 р. / під заг.ред. В. Г. Спрінсяна. – Дніпро: Середняк Т. К., 2019. – 579 с.

ISBN 978-617-7761-27-2

Збірник містить матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених, присвяченої проблемам документознавства, інформаційної діяльності, соціальної комунікації, інформаційного забезпечення освітніх процесів, інформаційного менеджменту в організаціях і прикладних аспектів застосування інформаційних технологій. Статті та тези доповідей охоплюють також проблеми сучасної міжкультурної та міжособистісної комунікації. Конференція була проведена Одеським національним політехнічним університетом 27-29 березня 2019.

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

Друкується за рішенням Вченої ради гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції.

Відповідальність за зміст статей покладається на авторів.

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

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

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

Одесса, 27-29 марта 2019 г.

2019

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

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

Collection of Papers
of the 5th International Scientific and Practical Conference of
students, postgraduates and junior researchers

Odesa, March, 27-29, 2019

2019

УДК 002.1(062.552)

A 43 Актуальные вопросы документоведения и информационной деятельности: теории и инновации: сб. Материалов V Международной научно-практической конференции. Одесса, 27-29 марта 2019 / под общ.ред.: В. Г. Спринсяна. – Днепро: Середняк Т. К., 2019. – 579 с.

ISBN 978-617-7761-27-2 (для укр. языка)

Сборник включает материалы V Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященной проблемам документоведения, информационной деятельности, социальной коммуникации, информационного обеспечения образовательных процессов, информационного менеджмента в организациях и прикладных аспектов применения информационных технологий. Статьи и тезисы докладов охватывают также проблемы современной межкультурной и межличностной коммуникации. Конференция была проведена Одесским национальным политехническим университетом 27-29 марта 2019 г.

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

Печатается по решению Ученого совета гуманитарного факультета Одесского национального политехнического университета

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

UDC 002.1(062.552)

A 43 Topical issues of records management and information activities: theories and innovations: Collection of papers, 4-th International Scientific and Practical Conference, 27-29 March 2019/ edited by V.G.Sprinsyan. – Dnipro: T.K.Serednyak, 2019. – 579 pp.

ISBN 978-617-7761-27-2 (для укр. языка)

The collection comprises articles of the 5th International Scientific and Practical Conference of students, postgraduates and young scientists on problems of records management, information activities, social communication, information support of educational process, information management in organizations and applied aspects of information technologies application. The articles and abstracts also cover the problems of intercultural and interpersonal communication. The conference was held at Odessa National Polytechnic University on 27-29 March 2019.

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

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

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

ЗМІСТ

ІСТОРІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тетяна Горпініч

ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО» В
АМЕРИКАНСЬКІЙ НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ 15

Даниїл Детюк

УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА
У ПОРІВНЯНІ З АМЕРИКАНСЬКОЮ АРХІВНОЮ,
ЯК ШЛЯХ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПОНЯТІЙНОГО
АПАРАТУ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА 20

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНІХ ПРОЦЕСІВ

Зафар Асраєв

ТЕХНОЛОГИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ
СПЕЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
КОЛЛЕДЖАХ 30

Зафар Асраєв

ВЫПОЛНЕНИЕ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ В РЕЖИМЕ
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ 34

Александра Буряк

СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
СРЕДЫ 38

Улугбек Ибрагимов

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИКЛАДНЫХ
ПРОГРАММНЫХ КОМПЛЕКСОВ И КОМПЬЮТЕРНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОБРАЗОВАНИИ
СТУДЕНТОВ 43

Зарнигор Каримова, Зафар Асраєв

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ 48

Малика Саломова	
ИЗУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНЫХ КЛАССАХ.....	54
Садокат Сиддикова	
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ	58
Руслан Винокуров	
РАССТОЯНИЕ КАК ОСНОВНАЯ ПРОБЛЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ	69
Рустам Сариев	
КОМПЛЕКСНОЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ (КУМО) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ	76
Рустам Сариев	
СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ КОМПЛЕКСЫ: РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ	80
Рустам Сариев	
СТРУКТУРА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА ДИСЦИПЛИНЫ	83
Санъат Рахматов, Наргиза Садулаева	
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПО ПОДГОТОВКЕ САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	86
Санъат Рахматов	
КЛАССИФИКАЦИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ.....	92
Санъат Рахматов, Умед Фатуллоев	

ОРГАНІЗАЦІЯ ДИСТАНЦІОННОГО ОБУЧЕННЯ УЧАЩИХСЯ	99
Хаєт Исмойилов	
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ.....	105
Н.А. Муслимов, Ш.Н. Муслимов	
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАФИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ТЕХНОЛОГИИ	109
Рахима Норова	
КОЛЛАБОРАТИВНАЯ СРЕДА В ОБУЧЕНИИ КАК БЛАГОПРИЯТНОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЗНАНИЙ.....	114
Зайниддин Хўжаназаров	
ОТНОШЕНИЕ К ИННОВАЦИЯМ РАЗНЫХ СУБЪЕКТОВ ОБРАЗОВАНИЯ.....	124
Зайниддин Хўжаназаров, Зарифжон Худойбердиев	
ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ	130
Зайниддин Хўжаназаров, Охунжон Жумаев	
ОТНОШЕНИЕ К ИННОВАЦИЯМ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ.....	134
Віолетта Лавренюк, Владислав Александров, Марина Василякіна, Катерина Коліна	
ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ МОВНОЇ НОРМИ СТУДЕНТІВ- НЕФІЛОЛОГІВ І ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ.....	139
ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ	
Любов Вербовська	
ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ПРИМОРСЬКОЇ РАЙОННОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ ОДЕСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	150
Анастасія Афанасьєва	

РОЛЬ ВЕБ-САЙТУ У ДІЯЛЬНОСТІ ДИТЯЧОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ	156
Dildora Sotvoldiyeva, Bahodir Turg'unov	
NEW TECHNOLOGIES IN BUSINESS	161
Інна Кірчук, Наталя Масі	
HR-МЕНЕДЖМЕНТ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	171
Алексей Климков	
ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПАРКАХ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)	178
Лоліта Сорока, Наталя Масі	
НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ	185
Світлана Брайченко, Юлія Тімчук	
ПРОЦЕС УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ	192
Владислава Зачко, Наталя Масі	
КОУЧИНГ ЯК МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ ОРГАНІЗАЦІЇ «TOASTMASTERS»	198
Юлія Сизова	
КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ	204
ІННОВАЦІЇ В ДОКУМЕНТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	
Абдужалил Курбонов	
ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ОСНОВА РОЗВИТТЯ ЧЕЛОВЕКА.....	211
Оксана Лаба	
РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО ДІЛОВОДСТВА В УКРАЇНІ: НОВА ВІХА.....	215

Нафиса Зиявитдинова

АУТСОРСИНГ В СФЕРЕ ДОКУМЕНТАЦИОННОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ,
ОСНОВАННЫЙ НА ЗНАНИИ МЕНЕДЖМЕНТА 225

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Світлана Брайченко, Кічьова Марія

СФЕРИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ 231

А.И. Михеева, Ш.Н.Ганиева

РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ВЗАИМОДЕЙСТВИИ
ЧЕЛОВЕКА И КОМПЬЮТЕРА 236

Юлія Щегельська

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕР'ЄРНИХ ДОДАТКІВ
ЗМІШАНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ЕМПІРИЧНОМУ
МАРКЕТИНГУ ТА ПРОМОЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЯХ 242

Валентина Бабіна, Олександр Захаренко

ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ..... 251

S.S. Beknazarova, K.P. Abdurakhmanov

TRAINING OF MULTIMEDIA FORMATION FROM
POSITIONS OF INTEGRATION OF MEDIA FORMATION
IN EDUCATIONAL PROCESS 257

Лариса Фёдорова..... 262

ИКТ В ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
СТУДЕНТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ 262

Н.М. Жураев, Ш.Н. Ганиева, Ш.Р. Олтинов

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ДАННЫХ
В ГИС ТЕХНОЛОГИИ..... 267

Султанбой Курбанов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИКТ В ИЗУЧЕНИИ
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА..... 281

Абдужалил Курбонов	
ЗАБОТА О МОЛОДЕЖИ – ЗАБОТА О БУДУЩЕМ	287
Володимир Радуш	
ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ШВИДКИЙ ТА ДОСТУПНИЙ СПОСІБ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ.....	291
Світлана Брайченко, Яна-Марія Самойлова	
СПЕЦИФІКА ХМАРНОГО СХОВИЩА ДОКУМЕНТІВ	296
Наталия Стронская	
СОВРЕМЕННАЯ ИСТОРИОГРАФИЯ КАК ВЕХА ПОСТНАУКИ.....	301
Улугбек Туропов, Абдимумин Савурбоев, Алижон Гулиев	
УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НЕИНВАЗИВНОГО ГЛЮКОМЕТРА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ	310
Санъат Рахматов	
ОСНОВЫ МЕТОДОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ НА ОСНОВЕ CASE-ТЕХНОЛОГИЙ.....	315
Анна Сакута	
ТРАДИЦІЙНІ ТА ЕЛЕКТРОННІ ЗАСОБИ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ: ДИНАМІКА ВИКОРИСТАННЯ	323
Иброхим Исмойилов	
SOLIDWORKS БУДЕТ ПОМОГАЕТЬ ИНЖЕНЕРАМ В ПРИМИНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ ПРОДУКЦИИ	331
Софія Церковна	
КОВОРКІНГОВІ ЗОНИ ЯК НОВІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕК	335
Наталія Ковальчук	
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ НАЦІОНАЛЬНОЮ БІБЛІОТЕКОЮ: ДОКУМЕНТАЦІЙНО-ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ	342
Віолетта Лавренюк, Андрій Нікулеско, Данііл Нур,	

Ольга Овчаренко, Сергій Побережний

МОВЛЕННЄВІ І КОМУНІКАТИВНІ ПРИНЦИПИ
ПРЕЗЕНТАЦІЇ 347

Хаёт Исмойилов, Фаёз Халилов

СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПРОГРАММИРОВАННЫМИ
ЛОГИЧЕСКИМИ СХЕМАМИ 365

Олена Василенко, Євген Колесов

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ
ДОКУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ 370

Одил Шарипов, Хаёт Исмойилов

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ СИНТАКСИЧЕСКОГО
АНАЛИЗА 378

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ТЕХНІКО-ОРІЄНТОВАНОМУ СВІТІ

Євген Кочанжі, Анна Петрусьова, Олена Шевченко

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖ ЯК ОСНОВА ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ
УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ 384

Інна Кіпер

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ 391

Вадим Шарапанівський

ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ
МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ 395

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ. ЖУРНАЛІСТИКА

Анастасія Лесик

ЖУРНАЛИ-ТРЕВЕЛОГИ НА УКРАЇНСЬКОМУ
МЕДІАРИНКУ 400

Ангеліна Трофимчук

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ ТА МІЖОСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, ЇЇ СТАНОВЛЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ.....	406
Інна Барган, Світлана Мельник	
СТАНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТОК ЖУРНАЛІСТИКИ МАНДРІВ В УКРАЇНСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕПРОСТОРІ.....	411
К.Т. Beknazarov	
THE QUESTION OF FORMING THE AUDIENCE OF INTERNETMEDIA.....	419
Александр Бельский	
ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: СУЩНОСТЬ И РОЛЬ В ОБЩЕСТВЕ.....	425
Юлія Блінська, Вікторія Сікорська	
КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ЯК ЯКІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБИСТОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ.....	435
Леся Бомко	
ОСОБЛИВОСТІ ПРОГРАМ ПЕРШОГО УКРАЇНСЬКОГО ДИТЯЧОГО ОНЛАЙН-РАДІО «RADIOKIDS. ONLINE».....	441
Марина Дяченко	
РУБРИКА «КУЛЬТУРА» В ЖУРНАЛІ «КРАЇНА»: СПЕЦИФІКА ТЕМАТИЧНОГО НАПОВНЕННЯ	446
Світлана Польовик	
ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ФОНДУ ПРЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ.....	455
Саломова Малика	
ЛЮБОВЬ К ЛИТЕРАТУРЕ ВЕДЕТ К СОВЕРШЕНСТВУ	459
Марина Шевченко	
ОЦИФРУВАННЯ ФОНДІВ ЯК НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК У СУЧАСНОМУ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	463

Валентина Стекольщикова

ІНФОГРАФІЧНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
СУЧАСНОГО МЕДІАТЕКСТУ У ЖУРНАЛІСТСЬКОМУ
РОЗСЛІДУВАННІ 469

Марія Якубовська, Олена Татакі

ІСТОРИЧНА ТЕМАТИКА В ГАЗЕТИ «ЧОРНОМОРСЬКІ
НОВИНИ»: МОНІТОРИНГ МАТЕРІАЛІВ 477

Андрій Макрушин

ЖУРНАЛ «ФУТБОЛ» У СУЧАСНОМУ СПОРТИВНОМУ
МЕДІАПРОСТОРИ УКРАЇНИ 489

Олександра Демянченко

АДВЕРГЕЙМІНГ ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ МАРКЕТИНГОВИХ
КОМУНІКАЦІЙ 498

Дарія Марущак

ОСОБЛИВОСТІ ФІРМОВОГО СТИЛЮ (НА ПРИКЛАДІ
КАВ'ЯРНІ «ХАБЛ-БАБЛ»)

Тетяна Шевченко

ПОНЯТТЯ МІКРОНАРАТИВУ В ТЕКСТІ ЕСЕ
ЯК ДИСКУРСИВНІЙ ПРАКТИЦІ 510

Тетяна Рибачук

ЧУТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ 516

Вікторія Сікорська, Діана Наджимі

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ НА ШПАЛЬТАХ
ОДЕСЬКИХ ГАЗЕТ 521

Валентина Кубко, Марія Гордієнко

ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО
ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ 533

Зірчак Ганна, Юлія Мариморич

ГЕНДЕРНА СТРАТИФІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ
ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ 539

Анастасія Черепкіна

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ПРИ ПРОСУВАННІ ТЕРИТОРІЙ.....	546
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ДОКУМЕНТАМИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	
Марія Яковенко, Ніна Кутузова	
МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА И УКРАИНА ...	552
Ірина Берікул, Марія Якубовська	
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ЗАСАД ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОНФІДЕНЦІЙНОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА В УКРАЇНІ.....	556
Ірина Чистякова, Никита Иванченко, Никита Науменко	
УЧАСТИЕ ГРАЖДАН В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ	565
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	569

ІСТОРІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тетяна Горпініч
ДВНЗ «Тернопільський державний медичний
університет імені І. Я. Горбачевського МОЗ України»
Тернопіль, Україна

ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО» В АМЕРИКАНСЬКІЙ НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Пропоновану розвідку присвячено проблемі визначення поняття «інформаційне суспільство» в науковій традиції США. Досліджено його трактування в довідковій та науковій літературі. Простежено історичний розвиток цього поняття. Встановлено, що більшість вчених інтерпретує інформаційне суспільство як таке, в якому більшість сторін суспільного життя пов'язана з продукуванням, зберіганням і реалізацією інформації.

Ключові слова: інформаційне суспільство, інформатизація, комп'ютеризація.

Предлагаемая научная работа посвящена проблеме определения понятия «информационное общество» в научной традиции США. Исследована его трактовка в справочной и научной литературе. Прослежено историческое развитие этого понятия. Установлено, что большинство ученых интерпретирует информационное общество как таковое, в котором большинство сторон общественной жизни связано с производством, хранением и реализацией информации.

Ключевые слова: информационное общество, информатизация, компьютеризация.

The given paper is devoted to the problem of defining the concept of “information society” in the scientific tradition of the United States of America. Its interpretation in the reference and scientific literature has been investigated. The historical development of this concept has been traced. It has been established that most scholars define information society as one in which most of the parts in public life are involved in the production, storage and realization of information.

Keywords: information society, informatization, computerization.

Інформатизація є однією з найбільш чітких рис глобалізаційних процесів суспільства. Інформаційна культура суспільства виступає одночасно і необхідним фактором в освоєнні людиною культурної реальності, оволодінні всім тим багатством, яке виробило людство, і самою реальністю, цінністю, що з'явилася в результаті культурно-творчої діяльності, і атрибутів безпосереднього культурного буття, особистісних проявів (поведінки, різних форм спілкування тощо). В цьому контексті поняття «інформаційного суспільства» викликає значний інтерес в сучасних науковців.

Досі у науковій літературі немає однозначного тлумачення поняття інформаційного суспільства. Так, Словник Макміллана подає таке визначення терміна: інформаційне суспільство – це суспільство, в якому кожен аспект культурного, політичного та соціального життя базується на інформаційних технологіях [4]. В Оксфордському тлумачному словнику знаходимо таке визначення інформаційного суспільства: «концепція, що відповідає розширенню впливу та всюдисущності інформації» [5]. Енциклопедія соціології визначає інформаційне суспільство як соціальну систему, яка значно залежить від інформаційних технологій в ході виробництва і розподілу усього розмаїття товарів і послуг [3].

Для такої стадії розвитку суспільства і економіки характерним є:

- збільшення ролі інформації, знань і інформаційних технологій в житті суспільства;
- зростання кількості людей, пов'язаних з інформаційними технологіями, комунікаціями і виробництвом інформаційних продуктів і послуг, зростання їх частки у валовому внутрішньому продукті;
- наростаюча інформатизація суспільства з використанням радіо, телебачення, мережі Інтернет, а також традиційних і електронних ЗМІ;

- створення глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів, задоволення їх потреб в інформаційних продуктах і послугах.

- розвиток електронної демократії, інформаційної економіки, електронної держави, електронного уряду, цифрових ринків, електронних соціальних і господарюючих мереж [1, 23].

Інформаційне суспільство – це суспільство, в якому основний сектор зайнятості пов'язаний з виробництвом, зберіганням, переробкою і реалізацією інформації, особливо її вищої форми – знання [2].

Поняття «інформаційне суспільство» зародилося в 1940-х рр. з появою кібернетики, хоча сам термін став використовуватися пізніше, коли почалася масова комп'ютеризація і почали активно розвиватися інформаційні та цифрові технології. Наприкінці ХХ століття терміни «інформаційне суспільство» і «інформатизація» міцно зайняли своє місце, причому не тільки в лексиконі фахівців в галузі інформації, але і в лексиконі політичних діячів, економістів, викладачів і вчених. У більшості випадків це поняття асоціювалося з розвитком інформаційних технологій і засобів телекомунікації, що дозволяють на платформі громадянського суспільства (або, принаймні, декларованих його принципів) здійснити новий еволюційний стрибок і гідно увійти в ХХІ століття вже в якості інформаційного суспільства або його початкового етапу.

З огляду на глибину і розмах технологічних і соціальних наслідків комп'ютеризації та інформатизації різних сфер суспільного життя і економічної діяльності, їх нерідко називають комп'ютерною або інформаційною революцією. Більш того, західна суспільно-політична думка висунула різні варіанти так званої концепції «інформаційного суспільства», що має на меті пояснення нових явищ, породжених новим

етапом науково-технічного прогресу, комп'ютерної та інформаційної революцією. Про значимість і зростаючої популярності цієї концепції на Заході свідчить дедалі більше зростаючий потік публікацій на цю тему. В даний час в західній суспільно-політичній думці вона поступово висувається на те місце, яке в 70-х роках займала теорія постіндустріального суспільства.

Як вважає Дж. Мартін під інформаційним суспільством розуміється «розвинене постіндустріальне суспільство», що виникло насамперед на Заході. На його думку, не випадковий той факт, що інформаційне суспільство затверджується перш за все в тих країнах – в Японії, США і Західній Європі, – в яких в 1960-х – 1970-х рр. сформувалося постіндустріальне суспільство.

Дж. Мартін зробив спробу виділити і сформулювати основні характеристики інформаційного суспільства за наступними критеріями.

- Технологічний: ключовий фактор – інформаційні технології, які широко застосовуються у виробництві, установах, системі освіти і в побуті.

- Соціальний: інформація виступає в якості важливого стимулятора зміни якості життя, формується і затверджується «інформаційне свідомість» при широкому доступі до інформації.

- Економічний: інформація становить ключовий фактор в економіці в якості ресурсу, послуг, товару, джерела доданої вартості та зайнятості.

- Політичний: свобода інформації, яка веде до політичного процесу, який характеризується зростаючим участю і консенсусом між різними класами і соціальними верствами населення.

- Культурний: визнання культурної цінності інформації за допомогою сприяння утвердженню інформаційних цінностей в інтересах розвитку окремого індивіда і суспільства в цілому [6, 34].

Отже, попри те, що досі в науковій літературі немає однозначного визначення поняття інформаційного суспільства, більшість вчених тлумачить його як суспільство, в якому більшість аспектів суспільного життя пов'язана з виробництвом, передачею, зберіганням, переробкою і реалізацією інформації.

Список використаних джерел

1. Beniger J. R. The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1986. 493 p.
2. Hilbert M. Digital Technology and Social Change. Open Online Course at the University of California. 2015. Режим доступу: <https://youtube.com/watch?v=xR4sQ3f6tW8&list=PLtjBSCvWCU3rNm46D3R85efM0hrzjuAIg>
3. Information society. International Encyclopedia of the Social Sciences. Режим доступу: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/information-society>.
4. Information society. Macmillan Dictionary. Режим доступу: <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/information-society>.
5. Information society. Oxford Reference. Режим доступу: <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.2011080310000371>.
6. Martin W. J. Information Society. Medford, New Jersey: Information Today Inc, 1988. 173 p.

Даниїл Детюк
Центральноукраїнський національний технічний університет,
Кропивницький, Україна

**УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА У
ПОРІВНЯНІ З АМЕРИКАНСЬКОЮ АРХІВНОЮ, ЯК ШЛЯХ ДО
УДОСКОНАЛЕННЯ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ
ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА**

Незважаючи на те, що документознавство є достатньо молодого теоретичною наукою, її емпірична, тобто джерельна база досліджень велика та різностороння. Вона охоплює довгий проміжок часу – від найдавніших часів до моменту появи документа у широкому значенні цього слова та до наших часів, де більшого поширення отримали електронні документи.

Якщо говорити про теоретичний рівень документознавства, то він відрізняється полі- та міждисциплінарністю. Очевидно, що позначені обставини розвитку цієї науки певним чином впливають на розвиток її наукового словника. На наш погляд, заслуговує уваги практика взаємодії дисциплін, що вивчають інформаційні процеси в суспільстві та державі. Сприяти поставленій цілі ми б і хотіли у цій статті.

Ключові слова: документознавство, термінологічна система, словник, архівознавство.

Несмотря на то, что документоведение является достаточно молодой теоретической наукой, ее эмпирическая, то есть источниковая база исследований достаточно велика и многогранна. Она охватывает длинный промежуток времени – от древнейших времен до момента появления документа в широком понимании этого слова и до наших дней, где большего распространения получили электронные документы.

Если говорить про теоретический уровень документоведения, стоит отметить, что он отличается полидисциплинарностью и междисциплинарностью. Очевидно, что отмеченные обстоятельства развития этой науки определенным образом влияют на развитие её собственного научного словаря. На наш взгляд, заслуживает внимания практика взаимодействия дисциплин, которые изучают информационные процессы в обществе и стране. Способствовать этой цели мы бы и хотели данной статьей.

Ключевые слова: документоведение, терминологическая система, словарь, архивознание.

Despite the fact that information science is a fairly young theoretical science, its empirical, the source base of research is quite large and multifaceted. It covers a long period of time – from the earliest times until the appearance of the document in the broad sense of the word and to the presentday, where electronic documents have become more widespread.

Speaking about the theoretical level of documentation, it is worth noting that it differs by polydisciplinarity and interdisciplinarity. Obviously, the noted circumstances of the development of this science in a certain way influence the development of its own scientific dictionary. In our opinion, the practice of interaction of disciplines that study information processes in society and the country deserves attention. We would like to contribute to this goal by this article.

Keywords: *informationscience, terminologicalsystem, dictionary, archiveknowledge.*

Вступ. Питання становлення термінологічної системи документознавства є одним з ключових від початку становлення науки. Оскільки ми вважаємо науку «Документознавство» полі- та міждисциплінарною, тобто такою, що в своїй основі опирається на суміжні галузі, тому ми й звернемося за поясненнями до науковці, що приводять приклади тлумачення термінів, які пов'язані з документознавством. Г.М. Швецова-Водка, Н. М.Кушнарєнко, Ю.І. Палєха є одними з передових науковців у відповідній та суміжних галузях. Тому роботи цих авторів ми беремо за основу знань про документознавство, що представляють українських науковців.

Іншомовним джерелом для порівняння ми обрали словник Товариства американських архівістів. Адже архівознавство є однією з багатьох інших дисциплін, які слугували становленню такої науки як документознавство.

Товариство американських архівістів (далі – «ТАА») – професійна організація Сполучених Штатів Америки, що надає можливість архівістам досягати професійного досконалості та сприяти інноваціям для

забезпечення ідентифікації, збереження, розуміння та використання записів якнайдовше [5].

Словник «ТАА» націлений на широку аудиторію, для тих, кому потрібно розуміти записи, оскільки вони працюють з ними. Словник намагається побудувати міст між записами, інформаційними технологіями та бізнес-спільнотами шляхом інтерпретації архівних концепцій для людей з інших дисциплін, у той же час пояснюючи ці інші дисципліни архівістам і професіоналам з записів. Цей словник створений насамперед на архівній літературі в США і Канаді. У деяких випадках терміни, визначення та цитати з інших англомовних спільнот включаються, коли це доречно. Словник включає терміни, що стосуються типів записів, з якими будь-хто може зіткнутися під час прочитання архівної літератури або при роботі з досить типовою колекцією записів, і підкреслює терміни, що стосуються електронних записів. Він також включає терміни з літератури про конфіденційність, права і мікрографії, а також спільні форми і жанрові терміни з архітектурних і технічних креслень, відео жанру, фотографії та звукозапису [4, 23-24].

Автор словника Річард Пірс-Мойсей працював архівістом вже більше 20 років і є сертифікованим архівістом з 1989 року. Спеціаліст з фотографічних архівів, автор загальнодержавного каталогу фотографічних колекцій у штаті Техас. Викладав семінари з адміністрування фотографічних архівів для Товариства американських архівістів («ТАА»). Пірс-Мойсей також працював з місцевою та державною владою, колекцією особистих документів в Техаському університеті, Державній бібліотеці та архівах штату Техас, Університетом штату Арізона та Музеєм штату Фенікс. Зараз він працює в Державній бібліотеці і архівах штату Арізона для створення програм для управління електронними записами та цифровою інформацією уряду [4, 435].

Звичайно, тлумачення основних понять залежить від задач, цілей, котрі переслідує певна дисципліна. Наприклад, для архівної справи важливо визначити критерії, відповідно до яких документ міг бути визначеним у системі обліку, збереження, пошуку. У цьому випадку стає досить важлива ретроспективна інформація документа. Однак у той же час, для документознавства також залишаються важливими актуальна інформація ділових документів і перспективи її розвитку у майбутньому. Усі ці обставини залишають свій відбиток у семантиці аналогічних понять, надають їм різні відтінки значення. Саме таким шляхом відбувається уточнення змісту понять.

Документ. Розглянемо варіанти тлумачення терміну в працях таких науковців: А) Г.М.Швецова-Водка; В) Н.М. Кушнарєнко:

А. Документ – будь-який матеріальний (субстанціальний) об'єкт, який використовується для передавання інформації в суспільстві [3, 19].

В. Документ – зафіксована інформація, яка може бути використана як одиниця у документованому процесі [1, 20].

У варіанті «А», документ представлений у вигляді інформації зафіксованої на матеріальному (субстанціальному) носії для передачі інформації в суспільстві. Під матеріальним носієм можна розуміти будь-який фізичний предмет який людина може спостерігати самостійно. Також вказано мету «документа», а саме – передавання інформації в суспільстві. Форма передачі інформації залежить відповідно від формату її фіксації (рукотворний, механічний або технотронний).

У варіанті «В» говориться про закріплену інформацію як одиницю документованого процесу. Розглянемо документований процес у межах наук на які опирається автор: документознавства та книгознавства. В межах цих наук процес документування відбувається за допомогою «документа» як писемного або надрукованого джерела, що містить факти

або докази. До таких можна віднести: ділові, особисті та офіційні листи, реєстраційні книги або журнали.

Отже визначення «А» розкриває поняття більш ширше ніж варіант «В». За варіантом «В» документ розглядається лише як одиниця документаційного процесу. А варіант «А» розглядає термін документ як будь-який об'єкт, що використовується для передавання інформації в суспільстві.

Відповідно до словника «ТAA» термін «документ» має такі визначення:

- А. будь-яка написана або надрукована робота, лист;
- В. інформація або дані, зафіксовані в деяких носіях інформації;
- С. інформація або дані, зафіксовані в деяких носіях, але які не є частиною офіційного запису; неофіційний запис;
- Д. письмова або друкована робота юридичного чи офіційного характеру, яка може використовуватися як доказ або запис [4, 126].

Визначення «ТAA» має декілька значень (А, D), які детально описують, що можна віднести до документа. Однак, таке тлумачення варто вважати недоліком, адже вказане визначення звучить як вичерпний перелік того, що можна вважати документом. Однак у значеннях «В» та «С» під документом можна розуміти будь-який носій інформації будь-якого формату (інтернет-сторінка, фотографія, малюнок, звукозапис, відеозапис), що навпаки передбачає широке розуміння терміну.

Схожими рисами американського значення «D» та українських визначень є те, що ними передбачено, що документ служить для досягнення певної мети. Тобто при цьому розкривається функціональний потенціал документів.

Інформація. Розглянемо визначення подані Г.М. Швецовою-Водкою. У підручнику авторавикладено декілька визначень поняття «інформація»:

А. певні відомості, сукупність певних даних, знань [3, 43];

В. форма існування руху знань у суспільстві [3, 49].

У визначенні «А» інформація подана як сукупності даних. Оскільки автор не пояснює більш конкретне значення терміну «дані», ми звертаємося до англomовного джерела, що має відповідне. Тлумачення терміну «дані» відповідно до словника «ГАА»:

- ідеї, факти, що були зібрані у первісному вигляді та не були проаналізовані [4, 102].

У варіанті «В» інформація є формою існування і руху знань. Як зазначає сам автор: «Застосування категорії «інформація» означає, що в пізнанні певного явища використовується так звана «теорія інформації» або «теорія інформаційної комунікації». Інформація при цьому розглядається як «те, що передається в процесі комунікації»: сигнали, зміни у механічному, фізичному чи хімічному стані одержувача інформації; зміни в обсязі та характері знань людини, яка одержує інформацію в результаті комунікаційного процесу. «Інформація» тут немає ніякого конкретного наповнення, бо вона є різною в різних комунікаційних системах. Це поняття, що застосовується для позначення змісту повідомлень, які передаються в процесі комунікації [3, 43-45].

Якщо у варіанті «А» інформація є лише нагромадженням ідей та необроблених даних, то у варіанті «В», інформація розглядається не лише як певний зміст, а додатково як функціональний інструмент комунікації.

Розглянемо значення терміну «інформація» подані в словнику «ГАА»:

А. сукупність даних, ідей, думок та спогадів;

В. змістовна частина сигналу, що виділяється з шуму [4, 202].

У варіанті «А» це сукупність певного змісту. Розглядаючи варіант «В», звернемо увагу на пояснювальне слово «сигнал», метою якого є передача інформації. А якщо взяти до уваги примітку словника «ТАА»: «інформація здатна приймати будь-які форми, включаючи: слова, звуки, зображення, формули» [4, 202], – тоді й «сигнал» здатен передавати інформацію відповідного формату. Тобто у цьому випадку «інформація» використовується як комунікативний інструмент. Як бачимо американські значення достатньо схожі на українські.

Неопублікований документ. Розглянемо відповідне тлумачення терміну, що подане у праці Н.М. Кушнарєнко:

А. документ, що не розрахований на широке поширення, створений під час роботи підприємств, установ, окремих осіб та відображає результати їх діяльності [1, 326].

Автор розглядає «неопубліковані документи» як сукупність організаційно-розпорядчих документів, які не потребують зберігання.

Розглянемо тлумачення терміну у словнику «ТАА»:

А. копії, дублікати або публікації що були створені для особистих потреб;

В. матеріали, що відсутні в графіках збереження документів та можуть бути знищені без дозволу [4, 267].

У варіанті «А» це документи створені для власних потреб та використання, тобто вони не є першоджерелом. У варіанті «В» це документи, що зберігаються в установах, організаціях, закладах, але офіційно не затверджені.

Каталог. Розглянемо тлумачення терміну що подане у роботах Ю.І. Палєхи:

- системний перелік предметів, розміщених за певною ознакою список, укладений в алфавітному порядку [2].

У цьому варіанті тлумачення «каталог» представлений у вигляді списку предметів. Оскільки автор не вказує у якому форматі повинен бути зафіксований список, можемо вважати, що у будь-якому відомому людині: рукотворному, механічному або технотронному.

Визначення, що подане в словнику «ГАА»:

А. зібрання систематично розташованих описів матеріалів;

В. список елементів з описом;

С. публікація, що була створена у зв'язку з виставленим експонатом, у якому перераховані виставленні матеріали та може мати текст, що стосується самого експонату [4, 63].

Значення «А»: «систематичне зібрання описів матеріалів», – точно відповідає варіанту Ю.І.Палехи. У варіанті «В» не говориться про систематичне розташування наявних елементів. Але має майже однакове значення з варіантом «А». Як зазначається у примітках до відповідного терміну: «каталог може існувати у будь-яких форматах, включаючи пов'язані між собою томи, картки, високоякісні копії, мережу баз даних» [4, 63]. У варіанті «С» під терміном «каталог» розуміють публічний документ, що був створений для опису виставкового експонату.

Таким чином, спостерігаємо подібність тлумачення терміну «каталог» українськими та американськими вченими за виключенням одного з варіантів тлумачення, яке розширює межі тлумачення терміну українськими науковцями, розглядаючи «каталог», як елемент виставкової експозиції.

Висновки. Отже, у статті ми проаналізували відмінності та особливості тлумачення термінів, що стосуються документознавства українськими науковцями та американськими дослідниками з Товариства

американських архівістів. Слід зазначити, що під час аналізу термінів українських науковців, ми мали труднощі розуміння деяких пояснень. Через недостатню кількість пояснень українськими науковцями своїх визначень, ми зверталися до словника «ТАА», аби отримати більш конкретні тлумачення термінів. Взагалі, використання тлумачень одного автора для позначення думок іншого не є правильним варіантом дій, адже це може призвести до хибного розуміння ідей, що прагнув вкласти в слова автор. Це є однією з проблем правильного розуміння термінів. Слід зауважити, що теоретично, терміни документознавства повинні бути широкими за розумінням, а терміни архівознавства навпаки, вузькоспеціалізованими, хоча на практиці, аналізуючи терміни, спостерігаємо, що це твердження є хибним. Адже майже кожен термін, що ми розглядали, в американському архівному варіанті тлумачення був ширший за значенням ніж термін, поданий українськими науковцями документознавства. До речі, це підтверджує ідею про те, що документознавство не є самостійною наукою. Ми вважаємо, що практика використання суміжних наук допоможе краще зрозуміти та сформулювати основні терміни відповідної термінологічної системи. А міжнародний досвід ніколи не був зайвим, адже він допоможе нам у спільної меті.

Список використаних джерел

1. Кушнарєнко Н.Н. Документоведение: учебник. Киев : издание «Знання», 2008. 459 с.
2. Палєха Ю. І. Особистий сайт Палєхи Ю. І. [Електронний ресурс] // Словник термінів документознавства.— Режим доступу : <http://dilo.kiev.ua/slovník.html>. – Дата перегляду: 01.03.2019
3. Швецова-Водка Г.М. Документознавство: навчальний посібник. Київ : видавництво «Знання», 2007. 389 с.

4. A Glossary of Archival and Records Terminology / R. Pearce-Moses. – Chicago : The Society of American Archivists, 2005. – 433 p.

5. The Society of American Archivists. - Chicago [Електронний ресурс] // About SAA. – Режим доступу : <https://www2.archivists.org/aboutsaa> - Дата перегляду: 03.03.2019

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕНИЯ ОСВИТНІХ ПРОЦЕСІВ

Зафар Асраев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ТЕХНОЛОГИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ДИЦИПЛИН В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОЛЛЕДЖАХ

В статье раскрыта специфика использования компьютерных технологий в процессе обучения, а также интерактивных демонстраций, простых моделей и использование универсальных лабораторий.

Ключевые слова: виртуальная компьютерная лаборатория, интерактивные демонстрации, простая модель, универсальная лаборатория.

The article reveals the specifics of using computer technology in the learning process, as well as interactive demonstrations, simple models and the use of universal laboratories.

Keywords: virtual computer lab, interactive demonstrations, simple model, universal lab.

В современном учебном процессе все большее внимание уделяется использованию компьютерных технологий. И, хотя активная компьютеризация учебного процесса началась уже несколько лет назад, использование компьютерных технологий для многих представляется скорее экзотикой, чем одним из обычных, пусть и достаточно новых, способов ведения образовательной деятельности. Компьютерные технологии эффективны и могут значительно повысить качество обучения. Однако факт использования компьютера в учебном процессе еще не является залогом успеха, и значимых результатов можно добиться только при грамотном его применении.

К настоящему времени создано множество электронных средств учебного назначения (ЭСУН), начиная от простого текста, переведенного в электронный вид, и заканчивая программами с различным уровнем интерактивности. Современные ЭСУН являются программными продуктами, и в их создании участвуют, как правило, не менее двух человек: автор содержательной части и программист.

Одной из серьезных проблем, с которыми приходится сталкиваться при создании ЭСУН, является взаимодействие между автором и программистом, реализующим идеи автора в виде компьютерной программы. Сложность состоит в том, что автор часто имеет смутные представления о возможностях компьютерных программ, а программист не является специалистом в предметной области создаваемого учебника. Следствиями такой ситуации могут являться недоиспользование возможностей компьютерной технологии и постановка автором нереальных и непоследовательных задач, приводящая к увеличению трудозатрат и времени разработки.

Помочь в разрешении проблемы взаимодействия и взаимопонимания автора и программиста может использование четкой терминологии и наличие достаточного количества примеров. Цель данной работы - привести такие примеры для наиболее интересного и наиболее сложного в разработке вида ЭСУН - так называемых <виртуальных компьютерных лабораторий>.

Основываясь на проведенном анализе существующих программ можно выделить отдельные виды компьютерных лабораторий и близких к ним программ. Разделение на виды произведено, исходя из возможностей, предоставляемых программой. Было выделено четыре вида программ, между которыми существуют качественные различия.

1. Интерактивные демонстрации. В большинстве случаев демонстрационные программы не являются компьютерными лабораториями, так как не содержат достаточно элементов интерактивности, но могут успешно выполнять функции по показу проведения экспериментов. Чаще всего такие программы являются частью электронных учебников как вспомогательное средство для восприятия учебного материала [1].

2. Простые модели. Наиболее часто встречающийся вид. Простая модель представляет собой, как правило, модель одной лабораторной работы. Объединенные по некоторому признаку, простые модели представляют собой набор лабораторных работ, который является полноценной виртуальной компьютерной лабораторией. Распространенность такого вида лабораторий обоснована относительно простотой их создания, так как рассматривается один несложный процесс, описываемый одной или двумя математическими формулами, а различные лабораторные работы могут создаваться независимо разными программистами. Можно рекомендовать такой подход для создания небольших курсов лабораторных работ, когда не является целесообразной разработка универсальной системы. При этом следует учитывать, что минусами подхода являются [2]:

- сложность масштабирования: для добавления в курс новой лабораторной работы необходимо привлекать программиста, создавать новую модель практически с нуля;

- невозможность комбинирования моделей: две модели из различных лабораторных работ являются полностью независимыми и не могут взаимодействовать, описывая новое явление;

- программы этого вида, как правило, не дают обучаемому полной свободы действий.

3. Универсальные лаборатории для класса явлений.

Универсальные компьютерные лаборатории являются сложными моделирующими системами, в основе функционирования которых лежит мощный математический аппарат. Универсальность таких систем обеспечивается системным подходом к моделированию и разработке моделей. Такие виртуальные компьютерные лаборатории могут быть близки по своим возможностям к программам, используемым для реальных научных или производственных расчетов. Особенностью универсальных лабораторий является ярко выраженный компонентный подход.

4. Универсальные лаборатории. Действительно универсальными являются компьютерные лаборатории, в возможности которых заложено использование в одном эксперименте явлений различной природы. Разработка универсальных лабораторий ведется группами опытных программистов, часто как побочный или пробный продукт при создании моделирующей системы научного или производственного назначения.

Можно надеяться, что приведенная классификация и примеры программ помогут разработчикам виртуальных компьютерных лабораторий в выборе вида реализации программы. Большинство ссылок в данной статье ведут на Интернет-страницы с описанием программ, снимками экрана (screenshots), возможностью скачать их ознакомительные демо-версии или даже рабочие приложения на языке Java.

Список использованных источников

1. Шапиро Д. Основы технологии виртуальной реальности. Москва: Наука, 2013. 268 с.
2. Ядровская М.В. Средства моделирования в компьютерных технологиях обучения // Образовательные технологии и общество. 2015. № 2. С.618-637.

Зафар Асраев

Бухарский инженерно-технологический институт,

Бухара, Узбекистан

ВЫПОЛНЕНИЕ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ В РЕЖИМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

В этой статье обсуждается, как выполнять лабораторные работы в режиме дистанционного обучения.

Ключевые слова: LPT-порт, язык Delphi, прописать IP адрес.

This article discusses how to do laboratory work in distance learning mode.

Keywords: LPT-port, Delphi language, enter the IP address.

В связи с широким внедрением методов дистанционного обучения наряду с изучением теоретического материала через Интернет представляет интерес проведение и удаленного эксперимента через Интернет. На лабораторном практикуме затруднительно проводить сложные работы такого характера из-за необходимости сложных плат сопряжения и большого объема программ. Поэтому для пояснения сути дела и методики проведения таких работ нужно выбрать простой эксперимент и простые программные средства, позволяющие за короткое время провести такой эксперимент. В данной работе предлагается использовать для этого светодиодный блок из 8 светодиодов, играющий роль индикатора, схема может быть изготовлена на макетной плате [1]. В схеме использованы сопротивления $R=270$ Ом, светодиоды и одна микросхема.

Идея удаленного эксперимента состоит в том, что блок подключается через LPT порт к компьютеру, на котором будет запущена программа-сервер, а на другом компьютере запускается программа-клиент, с которой в сеть будет посылаться байт, принимаемый сервером и

выводимый в порт LPT. Конечно, оба компьютера должны быть подключены к сети Интернет. Программы сервер и клиент пишутся на языке Delphi с использованием сокетной компоненты. Адрес LPT порта для данных равен 888.

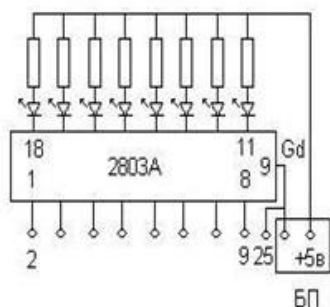


Рис.1. Схема индикатора

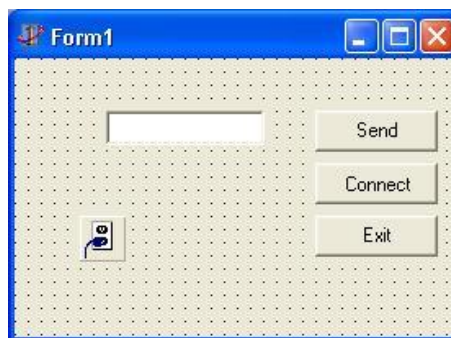


Рис.2. Вид рабочего стола для клиента

В свойствах компонента TServerSocket нужно прописать адрес порта, по которому будет приниматься сообщение. В нашем случае выбран адрес 777. А в TClientSocket необходимо кроме указания того же адреса порта прописать IP адрес сервера- например 192.168.1.3. Кроме этого в файл services операционной системы Windows необходимо добавить две записи вида

```
Testport1 777/tcp #Delphi port (labs)
```

```
Testport2 778/tcp #Delphi port (labs)
```

Выбираются два не занятых порта для организации приема и передачи информации.

Вид рабочего стола для клиента приведен на рисунке 2. Для того чтобы произвести запись в LPT порт необходимо написать в Delphi ассемблерную код которой дан в модуле forport.

```
unit FoPort;
```

interface

uses

Windows, Messages, SysUtils, Classes, Graphics, Controls, Forms, Dialogs,
StdCtrls, Buttons, ExtCtrls;

function OutPort(port:Smallint):smallint;

procedure InPort(port,data:smallint);stdcall;

implementation

function OutPort(port:Smallint):smallint;

var q:Smallint;

begin

asm

push ax

push dx

mov dx,port

XOR ax,ax

in al,dx

mov q,ax

pop dx

pop ax

end;

OutPort:=q;

end;

procedure InPort(port,data:smallint);stdcall;

asm

push dx

push ax

mov dx,port

mov ax,data

```
out dx,al  
pop ax  
pop dx  
end;  
end.
```

Для проведения эксперимента подключаем к серверу модуль через LPT- порт, затем запускаем программу-сервер. После этого на клиентской машине запускаем программу- клиент, устанавливаем соединение по кнопке connect и затем набираем в edit-поле значение байта очевидно в пределах от 0 до 255 и затем отправляем по кнопке send. В случае, если связь установлена и программы работают правильно, на машине-сервере на светодиодах будет высвечено в двоичном представлении переданное число.

Список использованных источников

1. Смит Дж. Сопряжение компьютеров с внешними устройствами. Уроки реализации. М. 2010.

Александра Буряк

Одесский национальный политехнический университет

Одесса, Украина

СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

У даній статті проводиться аналіз потреби в освітньому середовищі, що відповідає інноваційному прогресу, в готовності вищих навчальних закладів та педагогів до впровадження інформаційних технологій для спонукання студентів до навчання. Проводиться огляд способів підтримки рівня світового освітнього середовища.

Ключові слова: інформаційно-освітнє середовище, навчальний процес, інформатизація, інноваційна діяльність.

В данной статье проводится анализ потребности в образовательной среде, соответствующей инновационному прогрессу, в готовности высших учебных заведений и педагогов к внедрению информационных технологий для побуждения студентов к обучению. Производится обзор способов поддержания уровня мировой образовательной среды.

Ключевые слова: информационно-образовательная среда, учебный процесс, информатизация, инновационная деятельность.

This article analyzes the need of people in the educational environment, which corresponds to the innovative progress, analyzes the readiness of higher education institutions and teachers to introduce information technology to encourage students to learn. An overview of ways to maintain the level of the world educational environment is made.

Keywords: information and educational environment, educational process, informatization, innovative activity.

Создание окружающей человека образовательной среды является достаточно актуальной темой, поскольку это окружение выступает как одно из условий, определяющих образование и развитие индивидуума.

Цель данной научной статьи – доказать потребность в расширении информационно - образовательной среды в высших учебных заведениях, а также способы реализации внедрения инновационного прогресса в

учебный процесс вузов Украины. Предметом исследования является создание информационно – образовательной среды, а объектом – информационно - образовательная среда.

Этими вопросами занимались Атанасян С.Л., Григорьев С.Г., Гриншкун В.В., Наливалкин, А.Ю., Кулюткин Ю.Н., Беляев Г.Ю., Патаракин Е. Д., Давыдов В.В., Выготский Л.С., Леонтьев А.Н., Некрасова Г.Н. и многие другие.

Ежегодно Мировой Банк определяет рейтинг уровня образования в странах мира (EducationIndex). Индекс измеряет достижения страны с точки зрения достигнутого уровня образования её населения по двум основным показателям: индекс грамотности взрослого населения и индекс совокупной доли учащихся, получающих начальное, среднее и высшее образования [5].

Проанализировав данные можно увидеть, как меняется положение Украины в рейтинге. Не смотря на место в списке, наиболее важным представляется само значение индекса, который в 2013 году составлял 0,796, а в 2016 поднялся до 0,803. Для сравнения возьмем во внимание Эфиопию, у которой индекс уровня образования к 2017 году составлял всего-навсего 0,185. Это указывает на то, что процесс информатизации в Украине активировался и начал действовать на благо страны и её граждан.

Для полного понимания данной темы необходимо обратить внимание на значения таких терминов: «информационно- образовательная среда» и «инновация».

В первую очередь рассмотрим термин «информационно-образовательная среда» (ИОС). Беляев Г.Ю. считает, что это – «системно организованная совокупность информационного, технического и учебно-методического обеспечения, неразрывно связанная с человеком как субъектом образовательного пространства» [2].

Формирует информационную среду вуза и преподаватель в отдельности, который определяет содержание программы своего предмета и курса, и государство как общественный институт, который определяет материальное обеспечение образования в целом.

Что касается термина «инновация», в работе Андроновой Т. А. отмечается, что «инновация — это результат интеллектуальной деятельности (продукт, объект), а также существенные изменения в социальной и вещественной среде, полученные в ходе коммерциализации объектов научно-технической и иной деятельности, содержащие новые, в том числе научные, знания, созданные с целью удовлетворения социальных потребностей и (или) получения прибыли» [1, 21].

Инновационная деятельность педагогов в области информатизации связана с разработкой современных образовательных моделей, внедрением новых средств и форм обучения.

В конце XX века общество вступило в новый этап своего развития и сегодня от специалистов требуется умение самостоятельного обучения и саморазвития, сотрудничества, вовлеченности и участия. Эти новые навыки и должны быть привиты современным студентам педагогами.

Сложностью является то, что заинтересовать их, всегда имеющих доступ к Интернету, простым учебником или презентацией практически невозможно. Погружение в цифровую среду для них является естественным процессом, в большинстве случаев обучение новым технологиям и адаптация происходят интуитивно. Для этих студентов привычным является использование поисковых систем, когда не нужно тратить до 15 минут для нахождения определенного материала, ведь в этом случае скорость получения искомой информации колеблется от 30 секунд до 2 минут.

Непосредственное вовлечение студентов в активную учебно-познавательную деятельность в ходе учебного процесса должно быть связано с применением приемов и методов, получивших обобщенное название активные методы обучения, совместно с инновационными технологиями.

Смолкин А.М. дает следующее определение: «Активные методы обучения – это способы активизации учебно-познавательной деятельности студентов, которые побуждают их к активной мыслительной и практической деятельности в процессе овладения материалом, когда активен не только преподаватель, но активны и студенты» [4, 30].

Именно в активной деятельности, направляемой преподавателем, студенты овладевают необходимыми для их профессиональной деятельности знания, умения, навыки, развиваются творческие способности. При таком раскладе одной из самых важных задач образования становится эффективное использование новых образовательных технологий, поддерживающих новые навыки.

Первоначальным этапом вступления педагогов в инновационный процесс является их участие в семинарах, конференциях, где осуществляется знакомство с электронными образовательными ресурсами, программным обеспечением и новыми технологическими средствами (ТС), а также знакомство с методическими возможностями их использования в учебном процессе. На подобных семинарах, как правило, у преподавателей зарождается интерес к использованию ТС на уроках, возникает желание изучить новые технологии и попытаться включить их в учебный процесс.

Сущность вышеизложенного сводится к тому, что при формировании информационно-образовательной среды вузов необходимы: укрепление материально-технической базы, подготовка педагогических работников в области информатизации, составление учебного плана,

ориентированного на современных студентов.Подробнее этот вопрос можно изучить в работе Патаракина Е. Д. [3,39].Следует учесть, что готовность преподавателей к инновационной деятельности в современных условиях – важнейший элемент ИОС.

В заключение следует ещё раз отметить, что информационные технологии — всепроникающая часть современной жизни, которая становится инструментом воздействия на огромные массы людей.При этом применение современных нововведений технологий в образовании создают благоприятные условия для формирования личности учащихся и отвечает запросам современного общества. Например, используя информационные ресурсы сети Интернет, можно, интегрируя их в учебный процесс, более эффективно решать целый ряд разных дидактических задач.

Список использованных источников

1. Андропова Т. А. Актуальные проблемы российского предпринимательского права // Предпринимательское право. 2007. № 1. С. 21.
2. Беляев Г.Ю. Педагогическая характеристика образовательной среды в различных образовательных учреждениях. М. : ИЦКПС, 2000. 201 с.
3. Патаракин Е. Д. Социальные взаимодействия и сетевое обучение 2.0. М. : НП «Современные технологии в образовании и культуре», 2009. 176 с.
4. Смолкин А.М. Методы активного обучения: учебное пособие. М., 1991. 176 с.
5. <https://nonews.co/directory/lists/countries/education>

Улугбек Ибрагимов

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИКЛАДНЫХ ПРОГРАММНЫХ КОМПЛЕКСОВ И КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОБРАЗОВАНИИ СТУДЕНТОВ

Специальная разработка программного обеспечения необходима для успешного осуществления деятельности преподавателей и студентов. Есть два направления такая разработка программного обеспечения: первая предназначена для организации учебного процесса, а вторая - для использования программного обеспечения в образовании. Общая цель прикладных программных пакетов – это универсальные программные продукты, предназначенные для работы пользователей с функциональными задачами, а также широко используемые в образовательных процесс.

Ключевые слова: *прикладные программные пакеты; учебный процесс; дисциплины; компьютерное моделирование.*

Special software development is necessary for the successful implementation of the activities of teachers and students. There are two areas such software development: the first is designed to organize the educational process, and the second – to use software in education. The overall goal of application software packages is universal software products designed to work with functional tasks for users, as well as widely used in educational processes.

Keywords: *application software packages; studying process; disciplines; computer modelling.*

В настоящее время компьютеризация всех сфер человеческой деятельности и компьютерное моделирование широко используются как средство обучения реальности, автоматизации проектирования и обучения.

Математическая идеализация событий при исследовании различных систем, применение логически взаимосвязанных действий для выполнения задач, математическое моделирование на основе прикладных программных пакетов, возможности вычислительной техники становятся эффективными

и надежными инструментами формирования профессионального инженерного мышления студентов и развитие культуры познания.

Таким образом, целесообразность использования компьютера (компьютерных технологий) в образовательном процессе очевидна и актуальна.

Компьютерные (информационные) технологии с дидактической точки зрения имеют большие возможности в приобретении умений ставить и решать прикладные задачи в образовательном процессе. Эти технологии связаны с использованием компьютеров и программного обеспечения для хранения, преобразования, защиты, обработки, передачи и получения информации.

Внедрение компьютерных технологий в учебный процесс может стать основой для создания принципиально новой формы непрерывного образования, поддерживаемой компьютерными средствами.

Переход образовательного процесса на компьютерные технологии предполагает разработку специального программного обеспечения, необходимого для успешной реализации деятельности учителя и ученика. Теперь можно выделить два направления такой разработки программного обеспечения. Первый связан с организацией учебного процесса, а второй – с использованием разработанного программного обеспечения в образовании.

Функциональное использование первого направления состоит в том, чтобы направлять взаимодействие между преподавателями и учащимися в процессе овладения навыками репетиторства и профессиональными компетенциями, развития индивидуальных способностей учащихся в конкретных дисциплинах.

Это связано с выбором или специальной разработкой, в соответствии с решенным дидактическим заданием, компьютерными или другими

информационными учебными пособиями, с разработкой программы и программно-методической документацией описания необходимых дисциплин и стратегии карьерного обучения студентов по определенному направлению и специальности. Основной педагогический аспект этого направления заключается в том, чтобы обеспечить по возможности интеграцию производства знаний и эффективность передачи этих знаний обучаемому с использованием современных методов знаний, позволяющих повысить эффективность учебного процесса [1].

Рассмотрим подробнее второе направление, связанное с использованием пакета прикладных программных пакетов, позволяющих изучать процессы в реальных системах и автоматизировать обработку полученных результатов.

Пакеты прикладного программного обеспечения представляют собой сложные программы, предназначенные для решения определенного класса по определенной теме. Пакеты разрабатываются для упрощения вычислений учителями, студентами и специалистами разных профессий, избавляя от необходимости изучения программирования и других областей знаний, связанных с компьютером.

В настоящее время существует огромное количество пакетов прикладного программного обеспечения, которые охватывают практически все аспекты деятельности человека.

Это использование математического моделирования как современного метода познания при изучении технических и специальных дисциплин, а также отсутствие методологии его применения в учебном процессе, а также использование современной «компьютерной математики» в учебном процессе и отсутствие соответствующих современных разделов математических специалистов в образовательные программы для обучения конкретным направлениям.

Пакеты прикладного программного обеспечения можно разделить на два больших класса: пакеты общего назначения и специализированные пакеты.

Пакеты прикладного программного обеспечения общего назначения - универсальные программные продукты, предназначенные для разработки автоматизированных и функциональных задач пользователя и широко используемые в учебном процессе.

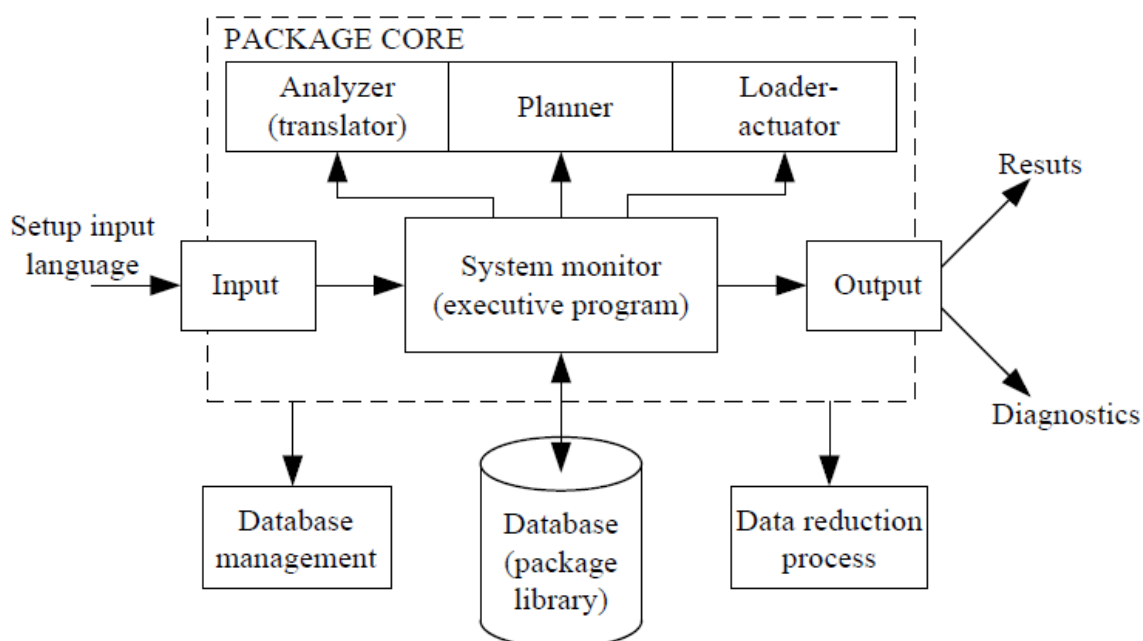


Рис. 1. Прикладные программные пакеты общей архитектуры

В классе пакетов общего назначения особое место занимают интегрированные пакеты прикладных программ. Они представляют собой многофункциональный набор программ, в которых различные функциональные возможности пакета общего назначения неразрывно связаны. Идея унификации заключается, с одной стороны, в функциональной полноте дополнительных программ, имеющих один и тот же пользовательский интерфейс, и, с другой стороны, в возможности выполнять все производственные данные на одном рабочем месте [2,3].

Таким образом, использование пакетов прикладного программного обеспечения и компьютерного моделирования в учебном процессе является эффективным и надежным инструментом осознания разработанных студентами профессиональных компетенций, а также основным педагогическим аспектом формирования познавательной самостоятельной деятельности.

Список использованных источников

1. Pedagogical Aspects of Applied Software Packages and Computer Technologies Use in Student's Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 206 (2015) 289 – 294
2. Aristov, A. V., et al. (2007). Mathematical modelling method usage in further vocational education. *Modern high-tech technologies*, 1, 31-33.
3. Arnold, L., et al. (2006). Student portfolios and software quality metrics in computer science education. *Comput. Sci. Coll.*, 21(4), 42-48.
4. Bogoyavlenskaya, A. E. (2005). Student's cognitive independence development in didactics' modular-block training: study guide. Tver: TverStateUniversity.
5. Doering, A., et al. (2009). *Integrating Educational Technology into Teaching*. UpperSaddleRiver, NJ: PearsonEducation.

Зарнигор Каримова,

Зафар Асраев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ

В этой статье обсуждается применение современных информационных технологий в обучении.

***Ключевые слова:** интерактив, современные информационные технологии, демонстрация, моделирование, конструирование, тренаж.*

This article discusses the use of modern information technology in training.

***Keywords:** interactive, modern information technology, demonstration, modeling, design, training.*

В последние годы многие педагоги пытаются восстановить старые и создать новые формы работы. Одним из возможных направлений обновления современного образования в аспекте развития познавательной и творческой деятельности является переход к интерактивному обучению. Этому во многом способствует применение интерактивных технологий обучения, в том числе игр и игровых ситуаций в процессе учебной и внеучебной деятельности.

Интерактивность – понятие, которое раскрывает характер и степень взаимодействия между объектами. Используется в областях: теория информации, информатика и программирование, системы телекоммуникаций, социология, промышленный дизайн и других. Интерактивность – это заложенное в программное обеспечение взаимодействие, нацеленное на представление информации, навигацию по содержанию и размещению каких-либо сведений, включающее использование гиперссылок, заполнение форм, поиск данных по ключевым

словам и прочие формы диалога с пользователем. Интерактивная технология – программное обеспечение, которое работает в режиме диалога с пользователем и позволяет управлять процессом обучения. Интерактивные технологии изменяют характер образования. Интерактивные технологии влияют на оснащение образовательных учреждений. Для того чтобы грамотно использовать всё богатство возможностей интерактивной технологии, преподавателю необходимо самому знать эти возможности. Интерактивные технологии делают работу преподавателей творческой и увлекательной, увеличивают эффективность обучения школьников и студентов, повышают производительность труда.

Применение современных информационных технологий в обучении – одна из наиболее важных и устойчивых тенденций развития мирового образовательного процесса. В отечественной общеобразовательной школе в последние годы компьютерная техника и другие средства информационных технологий стали все чаще использоваться при изучении большинства учебных предметов [1].

Преподаватель на всех этапах обучения может взаимодействовать через компьютерные сети с учащимися в режиме ведения лабораторной работы, семинара, конференции, экзамена, лекции, консультации и в случае необходимости корректировать их действия.

Каждый из студентов имеет свой личный индивидуальный подход к целям обучения по каждому из изучаемых предметов (предыдущие знания, предыдущий опыт, предпочтения, хобби, интересы, мотивация). Разработанное интеллектуальное программное обеспечение впервые позволяет учащемуся активно взаимодействовать с виртуальными объектами учебной дисциплины, управлять моделями, конструировать из них системы, проводить опыты на компьютерных моделях, решать задачи и таким образом в процессе творчества приобретать знания. При работе с

интерактивными компьютерными моделями (в качестве дополнения к традиционному лабораторному практикуму) учащиеся осуществляют в режиме диалога: наблюдение, сопоставление, выбор, анализ результатов, формулирование вывода, поиск условий для реализации поставленной задачи («сделай так, чтобы...»), конструирование ситуаций и систем.

Основным методом использования интерактивной технологии является интерактивный диалог, который представляет собой взаимодействие пользователя с программной системой. Программная система характеризуется в отличие от диалогового, предполагающего обмен текстовыми командами (запросами) и ответами (приглашениями), реализацией более развитых средств ведения диалога (например, возможность задавать вопросы в произвольной форме, с использованием «ключевого» слова, в форме с ограниченным набором символов). При этом обеспечивается возможность выбора вариантов содержания учебного материала, режима работы. Сегодня рынок информационных технологий предлагает достаточно много интересных решений для сферы образования, а инструменты для ведения интерактивного обучения являются неоспоримыми лидерами.

Одним из главных и интересных инструментов интерактивного обучения являются интерактивные доски и проекторы, используемые в образовании.

Сейчас существуют: сенсорная резистивная, оптическая, инфракрасная, ультразвуковая, электромагнитная технологии.

1. Сенсорная резистивная технология применяется в интерактивных досках, поверхность которых, состоит из двух слоев, между которыми расположены датчики. При нажатии любым предметом (или пальцем) на верхний слой рабочей поверхности доски датчики, определяют место касания и передают информацию в компьютер.

2. Оптическая технология, применяемая в интерактивных досках, также позволяет работать с доской любым предметом. Инфракрасные датчики «видят» предмет, который подносится достаточно близко к поверхности доски, определяют его координаты и передают в компьютер.

3. Инфракрасная и ультразвуковая технологии позволяют работать с доской только с помощью специального маркера. При касании поверхности маркер издает ультразвуковой и инфракрасный сигнал, который фиксируется датчиками в рамке доски.

4. Электромагнитная технология также подразумевает использование с интерактивной доской специального маркера. Его положение определяется датчиками в поверхности доски.

Коллекции примеров по различным дисциплинам, иллюстрирующих применение интерактивной доски и технологии интерактивного медиа, представлены в самых различных педагогических жанрах [2]:

- демонстрация (изучение объекта, рассмотрение его со всех сторон до мельчайших деталей, с возможностью увеличить его размеры);
- моделирование (создание на основе готовой модели других моделей, с использованием новых данных, условий, параметров);
- конструирование (создание новых объектов из интерактивной коллекции моделей, имеющихся в библиотеке);
- решение задач (технологии, позволяющие отрабатывать навыки решения задач и поиска выхода в различных ситуациях);
- исследовательская работа (возможность самостоятельно изучить готовую модель, с выработки умения осуществлять наблюдения и делать соответствующие выводы);
- тестирование (позволяет проверить знания учащегося по какой-либо определенной теме либо по всему пройденному курсу);
- тренаж (позволяет отработать различные умения и навыки).

Новые возможности сетевых мультимедийных классов, в сочетании с мультимедийными возможностями самих компьютеров, позволяют использовать самые разнообразные методики обучения, ранее не доступные при обычном использовании компьютеров даже включённых в компьютерную сеть.

Используя аппаратные средства и специальное программное обеспечение, сетевые мультимедийные классы позволяют применить следующие варианты работы:

- Трансляция. Преподаватель делает объявление в классе или что-либо говорит и его речь транслируется на головные телефоны всех учащихся, и/или по громкоговорящей связи. При этом возможна передача изображения экрана преподавателя на мониторы учащихся;

- Диалог. Преподаватель, работая с учащимся, ведёт голосовое общение с ним и видит содержимое его экрана на своём мониторе, а также может управлять его клавиатурой и мышью, используя свою клавиатуру и мышь. Данная возможность позволяет преподавателю индивидуально работать с учащимся, не покидая своего рабочего места;

- Группа. Преподаватель работает с группой учащихся. Отличается от варианта

«Трансляция» тем, что не происходит трансляции по громкоговорящей связи и работа ведется не со всеми учащимися, а с определённой группой;

- Ассистент. Назначенный учащийся что-либо рассказывает группе учащихся и с демонстрацией содержимого своего экрана на мониторы этой группы, что создаёт эффект разбиения класса на несколько аудиторий (виртуальные аудитории). В виртуальных аудиториях одновременно несколько учащихся могут читать текст или вести диалоги. Преподаватель

может подключаться к каждой из виртуальных аудиторий и контролировать ход работы учащихся;

- Прослушивание. Преподаватель и учащийся используют аппаратные или виртуальные программные цифровые магнитофоны для воспроизведения тех или иных фрагментов записи, причём, в случае цифровых магнитофонов, с возможностью замедления и ускорения темпа речи без искажения тембра, повтора фрагментов или приостановки воспроизведения в конце предложений (фраз);

- Запись. С помощью двухканальных аппаратных или виртуальных программных цифровых магнитофонов производится запись диалогов, монологов и сравнения их с эталоном.

Мировой опыт использования сетевых мультимедийных лингафонных классов в ведущих методических центрах и образовательных учреждениях, а также анализ литературы показывает, что использование современных цифровых технологий в образовании позволяет:

- Повысить эффективность учебного процесса;
- Создать условия для индивидуального и дифференцированного обучения учащихся;
- Увеличить время устной практики для каждого учащегося;
- Обеспечить высокую мотивацию обучения;
- Преодолеть личностно-психологический барьер общения;
- Установить благоприятный психологический климат на уроке.

Список использованных источников

1. Нежурина М. И. Интернет-обучение : технологии педагогического дизайна. М. : Камерон , 2014. 216 с.

2. Фадеев Г. Н. Интегративный подход к созданию систем дистанционного образования // Дистанционное и виртуальное обучение. 2009. № 3. С. 31-39.

Малика Саломова

Бухарский инженерно-технологический институт,

Бухара, Узбекистан

ИЗУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНЫХ КЛАССАХ

Статья посвящена рассмотрению развития психических функций, а именно фантазии, воображения, памяти и мышления. Отмечается роль формирования собственного менталитета и изучение национальной культуры путем сравнений и сопоставлений. Подчеркивается организация нестандартных уроков английского языка.

Ключевые слова: фиксировать, национальная программа, коммуникативная способность, общечеловеческая культура.

The article is devoted to the development of mental functions, namely fantasy, imagination, memory and thinking. The role of formation of own mentality and studying of national culture by means of comparisons and comparisons is noted. The organization of non-standard English lessons is emphasized.

Keywords: fix, national program, communicative ability, human culture.

Для периода детства свойственны любознательность, жажда познания нового, что подкреплено хорошей памятью и способностью быстро фиксировать и обрабатывать информацию. Поэтому младший школьный возраст – это самое подходящее время для обогащения знаний и особенно овладения новым языком. Начиная с 2013-2014 учебного года в школах Республики Узбекистан дети с 1-го класса изучают иностранные языки, что стало возможно благодаря постановлению первого президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы изучения иностранных языков» от 10 декабря 2012 года [1]. На основе реализации Закона Республики Узбекистан «Об образовании» и Национальной программы по подготовке кадров в стране создана комплексная система обучения иностранным языкам, нацеленная на воспитание гармонично развитого подрастающего поколения.

Большинство специалистов едины в том, что изучение иностранного языка подразумевает обучение общению, иными словами, знания, умения и навыки учащиеся приобретают в процессе взаимодействия с учителем, посредством развития коммуникативных способностей. Процесс изучения иностранного языка в начальных классах сопровождается рядом положительных моментов. Во-первых, заучивание новых слов на иностранном языке способствует развитию психических функций, а именно фантазии, воображения, памяти и мышления. Во-вторых, оказывается стимулирующее влияние на развитие речевых способностей ученика, что повышает качество владения родным языком. В-третьих, школьники с раннего возраста приобщаются к общечеловеческой культуре, при этом происходит формирование собственного менталитета и изучение национальной культуры путем сравнений и сопоставлений. В-четвертых, благодаря игровым моментам урока, нестандартному подходу дети раскрепощаются, отступают стеснение и неуверенность в правильности ответа, исчезает страх выступления перед аудиторией.

У каждого учителя английского языка в арсенале хороший учебник английского языка, методическое пособие, мультимедийное приложение в виде диска, наглядные пособия, ТСО и дополнительные материалы, которыми изобилуют сегодня отечественные Интернет-ресурсы и современные ИРЦ. Одним словом, учителю остается всего лишь эффективно распорядиться предоставленными хорошими возможностями. По наблюдениям экспертов и по мнению педагогов, сегодня английский язык входит в число любимых дисциплин учащихся младшего школьного возраста. Успех этого предмета – в организации нестандартных уроков. Принимая во внимание неустойчивое внимание учеников 1 – 2-х классов, быструю утомленность, желание больше двигаться, активно прибегая к подвижным играм (игры на внимание, игры в персонажей и

животных), разучиванию стихов, загадок с использованием мимики и движений. По душе ребятам игры соревновательного характера, когда класс делится на группы, а также участие в уроках в качестве гостей известных героев сказок, диалоги с ними и т.д. Не менее важно обращать внимание на способы поощрения учеников, что также стимулирует их интерес к предмету. За старание ученика на уроке всегда надо поощрять. А иногда в дневнике, кроме слов благодарности ученику и родителям, вместо одной оценки за старательность и хорошие ответы нужно выставлять и две «пятерки». Для детей этого возраста очень важно внимание взрослого – и учителя, и родителя, так же, как и положительная оценка его стараний.

Проверка знаний и закрепление изученного материала проводится, как правило, посредством тестов в рисунках. Ученику предлагаются вопрос и варианты ответов, представленные в картинках. Визуализация информации также способствует скорому запоминанию новых слов. Так, к окончанию 1-го класса ученики могут кратце простыми предложениями рассказать о себе, своей семье, сказать, где живут, о животных и растениях, считать до 100.

Введение в мир культур – один из факторов формирования у учащихся мировоззрения. Вот почему обучение детей младшего школьного возраста английскому языку с 1-го класса построено на диалоге культур, общении. Лучшему усвоению языка способствует заинтересованный диалог, увлекательное взаимодействие с учителем. Любое общение должно иметь четкую целенаправленность, ученикам необходимо демонстрировать результаты практического применения языка.

Таким образом, особенности обучения иностранному языку в начальных классах заключаются в том, чтобы уроки проходили на основе индивидуального подхода в условиях коллективных форм работы. Каждый

ученик должен ощущать себя главным в процессе урока, чувствовать себя комфортно, принимать участие во всех обсуждениях.

Таким образом, этот скромный успех – свидетельство своевременности принятого постановления и его эффективности, а мы, учителя, в свою очередь, надеемся, что в скором времени будет еще больше побед у учеников начальной школы, а в будущем своими добрыми делами они внесут значимый вклад в дальнейшую интеграцию республики в мировое сообщество.

Список использованных источников

1. ПП – № 1875 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы изучения иностранных языков», Ташкент, 10 декабря 2012 года.
2. «Закон Республики Узбекистан об образовании», Ташкент, 29 августа 1997 г., № 464-І.
3. «Национальная программа по подготовке кадров», Ташкент, 29 августа 1997 г.

Садокат Сиддикова

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

В статье рассмотрены особенности использования электронных образовательных ресурсов в учебном процессе высших учебных заведений. Выделены инновационные качества и возможности электронных образовательных ресурсов. Описаны педагогические цели их использования в формировании профессиональных компетенции студентов.

Ключевые слова: электронные образовательные ресурсы, электронные образовательные ресурсы нового поколения, инновационные качества, вариативность, интерактивные электронные ресурсы, профессиональная компетентность.

The article discusses the features of the use of electronic educational resources in the educational process of higher educational institutions. Innovative qualities and capabilities of electronic educational resources are highlighted. The pedagogical goals of their use in the formation of students' professional competencies are described.

Key words: electronic educational resources, electronic educational resources of the new generation, innovative qualities, variability, interactive electronic resources, professional competence.

На современном этапе развития общества востребованы квалифицированные специалисты, качество подготовки которых остается актуальной проблемой современного профессионального образования. Постоянно изменяющиеся требования работодателей, вызванные появлением новых технологий, требуют изменения содержания образования в профессиональных учреждениях. В этой связи высшие учебные заведения корректируют образовательные программы подготовки бакалавров и специалистов, вводят в учебные планы новые дисциплины. Все это оказывает влияние на систему профессиональной подготовки

студентов, а внедрение современных образовательных технологий позволяет готовить конкурентоспособных и востребованных специалистов на рынке труда.

Важным фактором обновления системы образования в соответствии с требованиями современного общества является активное внедрение инновационных образовательных технологий в учебный процесс.

В данном контексте развитие информационных технологии обусловило появление новой формы образования – электронное образование, то есть обучение с использованием информационно-коммуникационных технологий. Основой электронного образования являются электронные образовательные ресурсы, обеспечивающие необходимость дополнять образовательный процесс современными ресурсами, к числу которых относят образовательный контент, облеченный в электронную форму, который можно воспроизводить или использовать с привлечением электронных ресурсов [2, 123].

Электронный образовательный ресурс (ЭОР) – основной компонент информационной образовательной среды, который ориентирован на реализацию образовательного процесса с помощью информационно – коммуникационных технологий и на применение новых методов и форм обучения.

Электронные образовательные ресурсы (ЭОР) – это научно-педагогические, учебно-методические материалы, представленные в виде электронных средств образовательного назначения, реализующие дидактические возможности информационно–коммуникационной технологий (Роберт И.В., Лавина Т.А., Миронова Л. И.).

Следует отметить, что на современном этапе развития общества качественная подготовка будущих специалистов невозможна без использования электронных образовательных ресурсов. При этом, процесс

обучения должен не только давать знания, сколько учить обучающихся учиться, самостоятельно находить источники пополнения знаний. В связи с этим возникла необходимость в новой модели обучения, построенной на основе современных информационных технологий, которые не только облегчают доступ к информации, но и позволяют по-новому построить образовательную систему. Внедрение современных информационных технологий в учебный процесс и использование ЭОР позволят активизировать процесс обучения, повысить темп занятий, увеличить объем самостоятельной и индивидуальной работы студентов, разнообразить их формы работы, активизировать внимание, повысить творческий потенциал личности.

Сегодня, чтобы процесс обучения был полноценным, необходимо, чтобы каждый педагог мог подготовить и провести занятия с использованием современных электронных образовательных ресурсов, потому что использование их способно сделать занятия более увлекательным и эффективным.

ЭОР владеют традиционные и инновационные качества. К традиционным качествам ЭОР относятся: соответствие программе обучения; научная обоснованность представляемого материала (соответствие современным знаниям о предмете); соответствие единой методике, соблюдение последовательности изложения элементов предмета; отсутствие орфографических ошибок, соблюдение правил этики и эстетики; оптимальность технологических качеств учебного продукта.

К инновационным качествам ЭОР можно отнести: обеспечение всех компонентов образовательного процесса (получение информации, практические занятия, рейтинговый контроль знаний); интерактивный характер информационного взаимодействия; определяемый наличием обратной связи между пользователем и средствами информационно–

коммуникационной технологии, расширяющий сферу самостоятельной деятельности обучающегося за счет использования активно–деятельностных форм обучения [1, 14].

В настоящее время в высших учебных заведениях нашей страны большое внимание уделяется применению ЭОР нового поколения, обеспечивающее на занятиях достижение следующих педагогических целей [1, 24].

1. Развитие личности обучаемого, подготовка его к самостоятельной продуктивной деятельности в условиях информационного общества, включающей (помимо передачи информации и заложенных в ней знаний):

– развитие конструктивного, алгоритмического мышления благодаря особенностям общения с компьютером;

– формирование умения принимать оптимальные решения в сложной ситуации (при использовании ЭОР нового поколения в качестве тренажёров);

– развитие навыков исследовательской деятельности;

– формирование информационной культуры, умение обрабатывать информацию.

2. Реализация социального заказа, обусловленного информатизацией современного общества:

– подготовка студентов средствами педагогических и информационных технологий к самостоятельной познавательной деятельности.

3. Интенсификация учебно–воспитательного процесса:

– повышение эффективности и качества обучения;

– углубление межпредметных связей при решении задач по различным предметам.

Взаимодействие студентов с электронными образовательными ресурсами осуществляется в следующих формах:

– условно–пассивные формы (чтение текста, в том числе с управлением его движения в окне представления («листание» страниц или скроллинг); просмотр схем, символьных последовательностей и таблиц; прослушивание звука; просмотр изображений; восприятие аудиовизуальной композиции);

– активные формы (операции в гипертексте, переходы по визуальным объектам; копирование элементов ресурса в буфер (для создания собственных образовательных продуктов); множественный выбор из элементов ресурса (символьных строк или изображений); масштабирование изображения для детального изучения; изменение азимута и угла зрения («поворот и наезд камеры» в виртуальных панорамах); управление интерактивной композицией);

– деятельностные формы (перемещение объектов для установления их соотношений, иерархий; объединение объектов связями с целью организации определенной системы; декомпозиция и перемещение по уровням вложенности объекта, представляющего собой сложную систему);

– исследовательские формы (производство собственных событий).

Ещё одним преимуществом электронных образовательных ресурсов нового поколения, обеспечивающим возможности индивидуализации учебного процесса, является наличие у отдельно взятого ресурса аналога – вариатива (или вариативов), посвященного одному и тому же тематическому элементу учебного курса по предмету. Вариативность достигается за счет различного содержания (глубины, детальности представления информации, альтернативности научных взглядов), различных методик подачи, различных технологий реализации модулей.

Дополнительно к положительным качествам, как принято называть открытых образовательных модульных мультимедиа систем можно отнести: возможность распространения на локальных носителях; возможность выбора оптимальных в определённых условиях вариативов; включение новых тем, новых педагогических методик, прогресс компьютерных технологий в преподавании предмета.

Выявленные преимущества позволяют использовать описываемые ресурсы в следующих видах учебной деятельности:

- организация самостоятельной работы студентов;
- организация проектной деятельности студентов;
- организация подготовки к промежуточной и итоговому контролю;
- проведение занятий разного типа (содержание ресурса используется полностью).

Следует отметить, что основой формирования профессиональных компетенций обучающихся является процесс активизации учебно-познавательной деятельности на учебных занятиях. В технологическом смысле познавательная активность обеспечивается [2, 184]:

- повышением роли самостоятельной работы в достижении новых образовательных целей;
- созданием мотивации к активной познавательной деятельности;
- привлечением студентов к научно–исследовательской работе;
- использованием методов проблемного, модульного и исследовательского обучения;
- внедрением эффективных педагогических технологий, разработкой новых форм и методов обучения на платформе информационных технологий.

Доказано, что наиболее эффективной инновационной формой активизации учебной деятельности является разработка и внедрение в

образовательный процесс интерактивных электронных образовательных ресурсов (ИЭОР), которые позволяют максимально использовать личностный потенциал каждого обучающегося.

Применение ЭОР позволяет по-новому организовать процесс обучения, в котором студент становится субъектом образовательного процесса, его активным и равноправным участником. Разнообразные электронные ресурсы предоставляют возможность индивидуализировать процесс обучения, организовать самостоятельную работу на учебном занятии и во внеучебное время, активизировать познавательную деятельность студентов. Учебные занятия с компьютерной и мультимедийной поддержкой не отменяют традиционных форм обучения, но помогают разнообразить формы работы, экономить на учебном занятии время и использовать в большем объеме информационный материал.

В настоящее время имеется множество доступных образовательных ресурсов по различным дисциплинам: образовательные порталы, электронные библиотеки, сайты преподавателей, тематические сайты. Перечисленные ресурсы помогают повысить уровень усвоения учебного материала, развивают умения учиться самостоятельно, обеспечивают эффективное развитие информационных, познавательных компетенций студентов и коммуникативных умений, овладение которыми способствует развитию и формированию личности, способной к продуктивной профессиональной деятельности, деловому общению и формированию профессиональных компетенции будущих специалистов.

Обзор имеющихся источников позволяет констатировать, что среди множества интерактивных электронных ресурсов трудно найти тот, который полностью отражает содержание конкретной темы или модуля изучаемой дисциплины. В связи с этим необходима разработка авторских ИЭОР, которые будут отвечать заданным требованиям.

Считаем, что электронные ресурсы способствуют усилению мотивации обучения студентов, а также позволяют решать следующие дидактические задачи:

- формирование базовых знаний по дисциплине;
- систематизация усвоенных знаний;
- формирование навыков самостоятельной работы с учебным материалом с использованием ИКТ;
- формирование навыков самоконтроля;
- формирование мотивации к учению в целом и к выбранной профессии;
- возможности самостоятельного выбора в поиске и использовании источников информации при подготовке к промежуточной аттестации и итоговому контролю.

На протяжении последних нескольких лет на кафедре «Информационно-коммуникационные системы управления технологическими процессами» Бухарского инженерно-технологического института авторским коллективом преподавателей осуществляется разработка интерактивных электронных образовательных ресурсов по техническим дисциплинам, реализуемых на базе платформы Moodle, которая позволяет применять различные виды самостоятельной работы, а так же организовывать индивидуальную работу со студентами.

К разработанным электронным ресурсам относятся:

- электронные учебные пособия для самостоятельной работы студентов;
- учебно-наглядный материал к лекциям;
- методические разработки для индивидуальной самостоятельной работы;

– интерактивные тематические модули, включающие материалы по всем видам учебной программы, включая лабораторный практикум и тестовый контроль знаний студентов.

Для развития самостоятельности у студентов, преподаватели разрабатывают методические рекомендации по самостоятельному изучению отдельных тем программного материала учебной дисциплины, которые способствуют:

- формированию навыков самостоятельного овладения новым учебным материалом;
- формированию умений самостоятельно организовать умственный труд;
- формированию профессиональных компетенций.

Создание ИЭОР включала следующие виды деятельности преподавателей:

- поиск и отбор содержания ресурса: теоретических сведений и материала для закрепления и проверки знаний, содержание лабораторного практикума, самостоятельных работ и заданий для самообучения;
- представление материала в электронном виде;
- создание банка заданий для обучающего и контрольного тестирования;
- апробация, корректировка содержания ресурса с учетом выявленных недостатков.

Как показал опыт работы, использование презентационных и мультимедийных электронных ресурсов, представляющих собой интерактивное объединение на цифровой основе текста, графики, звука, видео и анимации, существенно повышает наглядность и доступность учебного материала.

Для контроля знаний студентов по общим и специальным дисциплинам на кафедре «Информационно-коммуникационные системы управления технологическими процессами» создан банк контрольно–измерительных материалов в виде тестов, который постоянно обновляется. Для проведения интерактивных заданий была разработана электронная тестовая оболочка на основе компьютерной программы Super Testing, использующая готовые пакеты с заданиями и позволяющая сформировать тест, в котором неограниченное количество вопросов; существует возможность установления времени на решение теста; программа автоматически выставляет оценки, внося их в журнал рейтинговых баллов.

Хотелось бы отметить, что использование и разработка ЭОР преподавателями высших учебных заведений не только позволит повысить эффективность образовательного процесса, но и снизить экономические затраты. Высшие учебные заведения не должны отставать от прогресса и, по возможности, использовать электронные образовательные ресурсы, для подготовки инновационных специалистов, востребованных обществом. Использование электронных образовательных ресурсов позволяет расширить набор педагогических приёмов и методов педагога, нацелить студентов на приобретение опыта поиска информации по предлагаемым вопросам, совершенствование своих умений в переработке и представлении информации.

Таким образом, в свете современных требований к качеству подготовки студентов, в образовательном процессе вуза необходимо использовать наряду с традиционными технологиями обучения, инновационные, включающие применение электронных образовательных ресурсов, которые позволяют повысить мотивацию студентов к изучению учебной дисциплины, а также способствуют формированию их профессиональных компетенций.

Список использованных источников

1. Бордовский Г.А., Готская И. Б., Ильина С. П., Снегурова В. И. Использование электронных образовательных ресурсов нового поколения в учебном процессе: Научно-методические материалы. СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. 31 с.

2. Панюкова С.В. Использование информационных и коммуникационных технологии в образовании: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М. : Издательский центр «Академия», 2010. 238 с.

Руслан Винокуров

Одесский национальный политехнический университет

Одесса, Украина

РАССТОЯНИЕ КАК ОСНОВНАЯ ПРОБЛЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

Дана стаття розглядає створення інтерактивної платформи дистанційного навчання. Вона передбачає створення спільної бази уроків для заочного / очного навчання в одному регіоні (місто, область, країна), пропонуючи бібліотеку навчальних матеріалів від кожного вищого навчального закладу. Метою статті є представлення розглянутої нижче ідеї, як потенційного рішення для поліпшення і полегшення дистанційного навчання.

Ключові слова: дистанційне навчання, платформа, університет, система, освіта.

Данная статья рассматривает создание интерактивной платформы дистанционного обучения. Она предполагает создание общей базы уроков для заочного/очного обучения в одном регионе (город, область, страна), предлагая библиотеку обучающих материалов от каждого высшего учебного заведения. Целью статьи является представление рассмотренной ниже идеи, как потенциального решения для улучшения и облегчения дистанционного обучения.

Ключевые слова: дистанционное обучение, платформа, университет, система, образование.

This article discusses the providing of interactive distance learning platform. It involves the common base creation of lessons for extramural / full-time studies in one region (city, region, country), offering a library of teaching materials from each higher education institution. The purpose of the article is to present the idea discussed below as a potential solution for improving and facilitating distance learning.

Keywords: distance learning, platform, university, system, education.

Данная статья рассматривает аргументацию в пользу создания платформы, что позволила бы получить четкое представление об университете, его возможностях дать абитуриенту необходимое

образование и уверенность в релевантности последнего, не имея необходимости присутствовать в нём. Существующая проблема информационного обеспечения студентов заключается в дистанционном обучении, как способе преодоления больших расстояний, в высших учебных заведениях (далее – ВУЗ), так как оно зависит только от возможности ВУЗ его создать: преподнести материал, записать его, создать платформу, на которой он будет передаваться студентам. Такая концептуальная модель содержит в себе много организационных вопросов, человеко-часов и целый штат сотрудников, что обязаны следить за стабильностью системы, своевременной загрузкой материалов, их созданием и прочее. Результат стоит потраченного времени, но данную процедуру должны проходить все те учебные заведения, что хотят иметь платформу для дистанционного обучения. Также у каждого абитуриента при поиске университета создается восприятие учебного заведения. Оно формируется не только за счет окружения студента, но а также слухов и том, что предоставляет сам университет, а именно сайт учебного заведения, где указаны специальности, специализации, примеры сотрудничества с зарубежными университетами, конкурсы, программы обмена студентами и прочее. Все эти детали создают картину того, что собой представляет университет и насколько рационально будет в нем учиться.

Крупнейшие высшие учебные заведения мира обладают подобной системой обучения. Университет во Флориде с ее помощью позволил получить 400.000 студентов образование в 135 странах мира [<https://ufonline.ufl.edu/>]. Есть примеры и в Великобритании, где в Манчестерском университете одновременно учится около 40.000 студентов только с помощью дистанционного обучения в 154 странах мира [<http://www.manchester.ac.uk/study/online-distance-learning/>].

В Украине также есть 11 высших учебных заведений, имеющие подобные возможности, но сейчас такая практика не популярна из-за отсутствия поддержки со стороны государства, как законодательной, так и финансовой. Также отсутствие достаточного количества кадров.

В своем выступлении, Амель Карбул, министр туризма в Тунисе, а также Генеральный секретарь Магрибского экономического форума, повествовала о том, как такие страны как Тунис, Вьетнам и Бразилия смогли преодолеть кризис обучения. В Бразилии данная проблема решалась с помощью создания классов дистанционного обучения в отдалённых поселениях, где жители учились по видеосвязи с преподавателем. Изначально преподаватель связывается с наставниками, что живут в этих поселениях. Их ориентируют по контексту уроков и временным рамкам за которые необходимо успеть пройти материал и после этого они могут помогать учащимся лучше разобраться в материале, так как один преподаватель сделать этого не может - количество учеников доходит до отметки в 2200 человек [2, 7].

Спикер говорила о том, что страны должны стараться развиваться в сфере обучения также быстро, как это делают страны с аналогичными им возможностями. Например, Тунис тратит на начальное и среднее образование примерно аналогичные средства бюджета, как и Вьетнам. Но последняя, в отличие от первой, ввела стандартизированные экзамены по письму, чтению и математике, тщательнее наблюдает за работой учителей и преподавателей, а достижения студентов являются публичными. В 2015 году, согласно Программе международной оценки учеников, только с помощью этих параметров Вьетнам смог обойти многие экономически развитые страны, в том числе и США [3].

Пример основан на школьном образовании, но в данном случае ситуация аналогична и с высшим. Всё это подводится к тому, что

изначально необходимо скорректировать, или вовсе создать заново, систему обучения, и только потом инвестировать средства государственного бюджета. Финансирование неработающей системы не даст необходимых результатов [3]. Предположительно, согласно статистике саммита национальной политики Американской федерации для детей, из-за этого онлайн школы в своем начале не достигали должных результатов в показателях экзаменов. С самого начала, виртуальные школы были подходящими только для некоторых дисциплин [1], но с появлением новых механик укрепились и в других.

Система образования изначально должна быть интересной для учащихся и преподавать актуальные знания. Только при наличии интереса в знаниях и уверенности в их релевантности у учеников и студентов будет появляться мотивация достигать успехов.

Также данная система должна иметь возможность распространяться в отдалённые районы страны, чтобы преподносился один и тот же уровень образования для равномерного развития всех специализаций.

Пример проделанной работы в Бразилии, а также многих других университетов, что уже имеют систему дистанционного обучения, говорят о перспективном росте данной отрасли. На данный момент в мире есть множество примеров программ на удаленной основе, что базируются на технологии дополненной и виртуальной реальности (AR и VR соответственно).

Существуют разные AR приложения и многие из них имеют самые разные цели. AR технология позволяет воспроизводить сложные для восприятия объекты в 3D моделях, что позволяет легче принять абстрактный и сложный контент. Это полезно для тех, кто запоминает визуально и кому необходим перевод теории в реальный концепт. Например, Политехнический университет в Леире, в Португалии ввёл AR в

уроки математики и студенты отзываются об этом, как о весьма полезном, легком и интересном решении [<https://thinkmobiles.com/blog/augmented-reality-education/>].

Как пример VR технологии может выступить Nvidia Holodeck, чья технология позволяет людям с разных уголков планеты работать вместе в виртуальном пространстве, даёт возможность разрабатывать дизайн, линии сборки, технологические процессы и многое другое, имея их 3D аналоги в виртуальной среде [<https://www.nvidia.com/en-us/design-visualization/technologies/holodeck/>].

Команда из Стэнфордского университета создала проект под названием «Strivr». Он начался, как VR приспособление для тренировок их университетской футбольной команды. Впоследствии, о проекте узнали, и он преобразовался в платформу для обучения штата сотрудников и работает с такими компаниями, как Walmart [<https://artillery.co/2018/08/27/data-point-of-the-week-what-are-the-most-underserved-vr-markets/>]. United Rentals (далее – UR), что является крупнейшей компанией по прокату оборудования в Северной Америке, обучает сторонних торговых представителей (далее - СТП) с помощью STRIVR технологии. Использование фотографий или видеороликов в классе не позволяет учащимся получить практический опыт, потому UR использовала платформу погружения STRIVR для создания обучающей программы следующего поколения для СТП, которая использует технологию VR. Она включает 5 практических этапов в VR, чтобы обучение происходило с ощущением присутствия непосредственно на месте работы, но фактически не там. Таким образом, они достигли повышения эффективности и сократили время обучения на 40% [<https://www.strivr.com/case-studies/united-rentals>].

Данные примеры рассматривают то, как компании активно применяют современные технологии для эффективного и практически удобного обучения своих будущих сотрудников. Исходя из результатов, которых добились данные компании можно увидеть, что технология эффективна и ее смело можно использовать для обучения студентов непосредственно через платформу, которую рассматривает данная статья.

При массовой разработке дистанционного обучения создается единая платформа, в которую загружается созданный контент и распространяется на всех студентов, что изучают дисциплины по той или иной специальности.

Изначально необходима сама платформа, которая обеспечит доступ к видеоматериалам, манипулятивным элементам и прочему, что будет сочетать в себе урок. Платформа в данном контексте сравнима с понятием клиента, что устанавливается и наполняется приобретаемыми ресурсами. Ярким примером может послужить Steam Client [<http://store.steampowered.com/>], в котором можно осуществлять покупки приложений, их хранение и другой многочисленный мелкий функционал.

Платформа будет иметь аналогичный принцип работы: поиск необходимых материалов по обучению, либо же их предоставление в соответствии с программой обучения, операция их приобретения, помещение в библиотеку, скачивание и использование. Впоследствии, у каждого пользователя будет собственная библиотека дисциплин, которые он сможет просматривать и изучать преподаваемый материал. Подход очень распространен и его использование подразумевает использование аналогичных механик, которые уже будут знакомы пользователю. Это означает, что при условии создания «дружелюбного» интерфейса программы пользователь сможет легко и без затруднений скачать необходимый ему дисциплину.

Каждая дисциплина будет отдельным загружаемым контентом, который будет храниться в библиотеке платформы.

Таким образом, вместе с такой системой обучение сможет давать наглядные гарантии актуальности знаний студентам и позволит учиться удаленно удобнее и эффективнее. Жители отдалённых регионов смогут получить образование при наличии интернета и персонального компьютера, что позволит увеличить уровень образованности среди населения. Данный подход позволит разрешить одну из главных проблем информационного обеспечения образовательных процессов, а именно преодоление расстояний и синхронизирование всех учебных материалов по стране. Приведя современные технологии в дистанционное обучение, можно получить заметное увеличение эффективности обучения за счёт дополнительного практического опыта в виртуальной среде, а также повысить уровень качества знаний.

Список использованных источников

1. Barnum M. Are Virtual Schools the Future? // The Atlantic. 2017.
2. Cruz P., Goulart F., Kwauk C. Media Center: Innovating with distance learning in Amazonas, Brazil // The Brookings Institution. 2016. С. 4-21.
3. Karboul A. The global learning crisis -- and what to do about it [видеозапись выступления Амель Карбул о глобальном кризисе обучения] // YouTube. 2017. (<https://www.youtube.com/watch?v=9y7YEmyz-Do>).

Рустам Сариев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

КОМПЛЕКСНОЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ (КУМО) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ

Разработка и внедрение комплексного методического обеспечения в образование. Основные проблемы и аспекты. Качество УМК и эффективность их применения.

Ключевые слова: КУМО, УМК, КМО, цель УМК, задачи УМК

Development and implementation of integrated methodological support in education. The main problems and aspects. Quality UMC and the effectiveness of their application.

Keywords: KUMO, UMC, KMO, purpose of UMC, tasks of UMC

Комплексное методическое обеспечение специальности складывается из нормативной документации, УМК (учебно-методический комплекс) тем, КМО всех видов практики, КМО итоговой государственной аттестации, работы кабинета (мастерской) и внеучебной деятельности студента.

Термин КУМО (комплексное учебно-методическое обеспечение) используется в двух смыслах: процесса и результата. КУМО как процесс – это планирование, разработка и создание оптимальной системы (комплекса) учебно-методической документации и средств обучения, необходимых для эффективной организации образовательного процесса в рамках времени и содержания, определяемых профессиональной образовательной программой. КУМО как результат (чаще в этом случае называют учебно-методическим комплексом – УМК) – это совокупность всех учебно-методических документов (планов, программ, методик, учебных пособий и т.д.), представляющих собой проект системного

описания образовательного процесса, который впоследствии будет реализован на практике. В этом смысле КУМО является дидактическим средством управления подготовкой специалистов, комплексной информационной моделью педагогической системы, задающей структуру и отображающей определенным образом ее элементы.[1]

При оценке качества УМК нужно рассматривать два аспекта. Первый – это степень адекватности отображения области профессиональной деятельности и специальности в УМК специальности или предметной области – в УМК дисциплины. Второй – успешность решения поставленных задач обучения. По второму аспекту можно выделить несколько формальных признаков, определяющих эффективность применения методических материалов: научность, целенаправленность, системность, комплексность, вариативность, действенность, практическую направленность, диагностируемость и др. Качество УМК и эффективность их применения зависят от ряда факторов:

- ✓ уровня профессионально-педагогической компетентности руководящих и педагогических кадров, управляющих образовательным процессом;

- ✓ уровня обученности и обучаемости студентов;

- ✓ организационно-педагогических и дидактических условий образовательного процесса.

Цель УМК – обеспечение высокого качества подготовки специалистов.

Задачами УМК, его элементов (или составляющих) являются:

- ✓ создание наилучших условий для управления образовательным процессом путем систематизации учебно-методических материалов и сведения к минимуму нормативно-методических, стандартно реализуемых документов, обеспечивающих подготовку выпускников;

- ✓ оптимизация подготовки и проведения занятий, интенсификация всего учебно-воспитательного процесса;
- ✓ активизация деятельности как обучаемого, так и обучающего, развитие познавательной активности студентов через дифференциацию заданий с учетом их индивидуальных способностей;
- ✓ обеспечение единства требований к студентам;
- ✓ организация и регулирование методической работы преподавателей, классных руководителей, предметных (цикловых) комиссий, кафедр, лаборантов, мастеров и прочих сотрудников и подразделений вуза, совершенствование мастерства преподавателей с передачей педагогического опыта;
- ✓ обеспечение учебно-методическими материалами всех видов занятий и учебной и внеаудиторной деятельности;
- ✓ оказание методической помощи:
 - студентам в учебной, учебно-исследовательской, научной и прочих видах деятельности;
 - преподавателям, не имеющим достаточного опыта работы.
- ✓ Обеспечение непрерывности и продуктивности внутренней системы повышения квалификации работников образовательного процесса [3].

Качественная разработка и постоянное совершенствование нормативной и учебно-методической документации – это составная часть создания оптимального комплексного учебно-методического обеспечения образовательного процесса по учебным дисциплинам. Важно, чтобы вся эта документация была не формальным набором документов, а действенным инструментом повышения результативности образовательного процесса [2].

Список использованных источников

1. Аргунова Т.Г. Комплексное учебно-методическое обеспечение предмета. М., 1999.

2. Григорьев Б.В. Классическая логика. М.,1996.

3. Щепотин А.Ф., Чекулаев М.А., Сосонко В.Е., Шеховцев А.П. Комплексное учебно-методическое обеспечение образовательного процесса в средних профессиональных учебных заведениях. М. : ИПР СПО, 2002.

Рустам Сариев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ КОМПЛЕКСЫ: РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

Проблемы решение качества образования путем создания современных информационно-методических комплексов. Основные проблемы и аспекты. Основные свойства существующей системы образования.

Ключевые слова: уникальность, современные технологии, конкурентные механизмы, мотивация.

Problems and solution of the quality of education by creating modern information and methodological complexes. The main problems and aspects. The main properties of the existing education system.

Keywords: uniqueness, modern technologies, competitive mechanisms, motivation.

Обратимся к основным свойствам существующей системы образования и тем проблемам и противоречиям с современными условиями, в которых оно функционирует:

- Единая программа для всех обучаемых

Противоречит уникальности каждого из нас. У каждого свои склонности, желания, а также видение своего будущего. Добавив к этому и то разнообразие профессий и возможностей, которые несет современный мир, то укатывание обучающихся в одинаковые банки сардин, явно не способствует их мышлению «вне коробки».

- Актуальность преподаваемой информации

Современные технологии, знания, взгляды на мир меняются так быстро, что далеко не каждый преподаватель или специалист отрасли знаний способен уследить за темпом этих изменений, не говоря уже о

способности объективно преподнести эту информацию.

- Осложненный доступ к современной информации

Классическая образовательная схема «по книжкам» примерно следующая. Попав на локальный рынок, издание появляется у специалистов, преподавателей. После изучения, литература может попасть в списки рекомендованной дополнительной литературы. В случае одобрения «высшим руководством» издание может попасть в список обязательной литературы.

Идея в том, что информация проходит слишком много этапов и узких мест, перед тем как попасть в поле видимости обучаемого.

- Свобода информации

На теме свободы информации сейчас подробно останавливаться не буду, тема глубокая и требует отдельного рассмотрения. Главная мысль в том, чтобы процесс образования конкретного человека был открытым и прозрачным для всех заинтересованных такой информацией. Начиная от родителей школьника, интересующихся чему и как учиться их чадо, заканчивая работодателем отправившим, за свой счет, работников на курсы повышения квалификации или тренинг, который в свою очередь является потребителем результатов образовательного процесса и заинтересован в ее качественном уровне. Ведь не всегда по конечному результату знаний ученика, оцененному экзаменами, можно объективно оценить его знания и навыки, полученные в процессе обучения. Поэтому качество образования напрямую зависит от доступности и прозрачности информации для всех участников образовательного процесса

- Конкурентные механизмы образования

Хотя система образования функционирует в среде рыночной экономики, сама она во многих аспектах лишена этих признаков, особенно на нижнем и основополагающем уровне - уровне обучающего курса. Если

проводит аналогію между товаром, который вывела на рынок предприятие и курсом обучения, которое предлагает учебное заведение, то различий не должно быть. Хотя в реальности ситуация иная. В ситуации с продуктом, нас никто не может заставить потреблять некачественный продукт, в ситуации с учебным курсом ученик находится в определенной зависимости от ранее принятых решений руководителями образовательного процесса, что в большинстве случаев исключает возможность отказа от потребления данного учебного курса [1].

Резюмируя можно сказать, что отсутствие у системы образования совершенных механизмов саморегуляции, присущие рыночной экономики, является важным минусом такой системы.

- Отсутствие собственной мотивации
- Отсутствие альтернативной точки зрения
- Отсутствие ориентированности на практический результат

В связи с этими проблемами в системе образования целесообразно применять учебно-методические комплексы, которые смогут приблизить решение проблемы качества образования.

Список использованных источников

1. Гусева Р.П. Методическая готовность преподавателей к созданию комплексного учебно-методического обеспечения образовательного процесса.// Среднее профессиональное образование, 2003, №3.
2. Садовников В.А. Комплексное учебно-методическое обеспечение и содержание дисциплины регионального компонента.// Среднее профессиональное образование, 2003, №11.

Рустам Сариев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

СТРУКТУРА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА ДИСЦИПЛИНЫ

Структура учебно-методического комплекса(УМК). Базовая версия УМК. Перечень составляющих учебно-методического комплекса.

Ключевые слова: УМК, структура, нормативный блок, теоретический блок, практический блок, блок оценочно-диагностических средств, методический блок.

The structure of the educational-methodical complex (EMC). The basic version of the EMC. The list of components of the educational complex.

Keywords: EMC, structure, regulatory unit, theoretical unit, practical unit, unit of evaluation and diagnostic tools, methodological unit.

Осознав понятие, цель и принципы разработки учебно-методического комплекса дисциплины, следует ознакомиться с его структурой.

УМК состоит из пяти блоков (нормативный блок, теоретический блок, практический блок, блок оценочно-диагностических средств и контрольно-измерительных материалов, методический блок) и реализуется в двух форматах: полной версии и базовой версии.

Полная версия УМК предназначена для ограниченного пользования преподавателями, ведущими дисциплину, и представляет собой полный комплект учебно-методических единиц, как открытого доступа, так и конфиденциальных, хранится на кафедрах, утвердивших УМК, или в пользовании преподавателей, ведущих дисциплину, представлен на бумажных и/или электронных носителях (файловые папки, CD, DVD и др.).

Базовая версия УМК представляется в электронном виде в локальной

сети университета, предназначена для повышения эффективности управления учебным процессом и самостоятельной работой студентов по освоению дисциплины с помощью внедрения в учебный процесс современных технологий обучения.

Перечень составляющих учебно-методического комплекса:

- нормативный блок: аннотация, рабочая учебная программа (дисциплины, модуля, спецкурса), программа учебной дисциплины;
- теоретический блок: учебники, учебные пособия, курсы лекций, конспекты лекций, электронные конспекты лекций базовой версии;
- практический блок: практикумы, учебные справочники, хрестоматии, наглядно-иллюстративные материалы; планы практических занятий, планы семинарских занятий, планы лабораторных занятий, планы практикумов;
- блок оценочно-диагностических средств и контрольно-измерительных материалов: вопросы и задания для самостоятельной работы, перечень вопросов к зачету, перечень вопросов к экзамену, экзаменационные билеты с примером для базовой версии УМК, практические задания к экзамену/зачету с примерами заданий для базовой версии УМК, полный комплект тестов текущего контроля с образцом для базовой версии УМК, полный комплект тестов промежуточной аттестации с образцом для базовой версии УМК, экзаменационный тест с демоверсией теста для базовой версии УМК, контрольные работы с демоверсией теста для базовой версии УМК, банк тестовых заданий для самоконтроля, методики решения и ответы к тестовым заданиям;
- методический блок: методические рекомендации по дисциплине для преподавателей, методические рекомендации по дисциплине для студентов, методические указания к выполнению курсовой работы (проекта) [3].

Можно заметить, что УМК охватывает своим содержанием весь перечень действий, осуществляемых в процессе образования, а именно усвоение нового материала (теоретический блок) и закрепление/контроль знаний (практический блок, блок оценочно-диагностических средств и контрольно-измерительных материалов). Плюс ко всему содержит методические указания для студентов и преподавателей, что создает удобство для работы последних и учебы для первых (нормативный блок, методический блок).

Список использованных источников

1. Макаров А.В., Трофимова З.П., Вязовкин В.С., Гафарова Ю.Ю. Учебно-методический комплекс: Модульная технология обучения.
2. Садовников В.А. Комплексное учебно-методическое обеспечение и содержание дисциплины регионального компонента // Среднее профессиональное образование. 2003. №11.

Санъат Рахматов,

Наргиза Садулаева

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПО ПОДГОТОВКЕ САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

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

Ключевые слова: самостоятельная работа, образовательные ресурсы, интернет-технологии, информационный комплекс, дистанционное образование, сетевые технологии, интернет-коммуникации.

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

Keywords: independent work, educational resources, Internet technologies, information complex, distance education, network technologies, Internet communications

Благодаря інтенсивному розвитку сети Internet, інформація стала бодем доступна и рамного обширнее. Internet – это необъятное количество информации, возможность общения с людьми из разных стран, благодаря Internet можно практически мгновенно получить ответы на интересующие вас вопросы. Несомненно, Internet несёт в себе огромный потенциал образовательных услуг.

Одной из разновидностей образовательных услуг сети Internet являются электронные газеты и журналы. С помощью электронных газет и журналов, можно узнать различные новости, интервью, события, анонсы и другую полезную информацию о происходящем в мире.

Рассылка или информационное обслуживание – ещё одна разновидность получения нужной вам информации с помощью электронной почты. С помощью данной услуги вы можете получать интересующую вас информацию, от вас требуется только выбрать подходящую вам тему у организации, предоставляющей данную услугу, и информация, относящаяся к ней, будет каждый день приходить в ваш электронный почтовый ящик. Темы рассылок у каждой организации могут отличаться друг от друга, это могут быть и просто рассылки обзоров, сводок, новостей, а могут быть и материалы справочного характера.

IRC (InternetRelayChat) – это средство общения людей в реальном времени. Также как и электронные конференции, общение в IRC происходит в режиме диалога, но более оперативно, то есть в режиме реального времени. Это является важным дидактическим свойством сети Internet. Аналогом IRC в сети Internet являются веб-чаты, принцип их действия аналогичен IRC, но их используют в основном для простого общения.

Сетевые технологии (глобальные компьютерные сети) – это техническая основа дистанционного образования. Электронная почта в данном контексте является лишь часть всего того, что могут предложить глобальные сети для решения задач дистанционного обучения. С помощью глобальных сетей, таких как Internet, учащиеся могут принимать участие в конференциях, использовать всевозможные справочные ресурсы, электронные каталоги, получать всевозможную графическую, аудио и видео информацию. Сеть Internet является очень удобным средством дистанционного обучения, которая может обеспечить практически всеми средствами обучения и тестирования, а также общением между преподавателем и учениками.

Всё же было бы не совсем правильно считать, что компьютер может заменить настоящего преподавателя. Компьютер в данном случае выступает как средство образовательного процесса. Руководить же по-прежнему должен преподаватель. С другой стороны при дистанционном обучении на основе Internet технологий, возникает возможность осуществлять дифференцируемый подход к обучению, учитывать уровень знаний изучаемого материала и степень достижения промежуточных целей обучения. Так же учащийся может усваивать учебный материал в режиме, который наиболее соответствует уровню его индивидуальной подготовки.

Использование передовых средств мультимедиа делают дистанционное образование более наглядным и понятным. Технология мультимедиа позволяет использовать текст, изображения, графики, аудио и видео, а также анимацию в интерактивном режиме.

Главная проблема дистанционного образования является её молодость, это сравнительно молодая форма образования находящаяся в стадии становления, тем не менее, она имеет огромные перспективы. Огромной проблемой в дистанционном образовании является не передача нужно ученикам информации через сеть Internet, а разработка высокопрофессиональных электронных методических пособий, которые бы позволили слушателям самостоятельно обучаться и совершенствоваться.

При разработке электронных пособий для дистанционного образования необходимо акцентировать внимание, как на их содержание, так и на интерактивные методы, позволяющие учащимся творчески обучаться самостоятельно.

Единственным существенным минусом электронных изданий являются гигиенические требования, так как обучение происходит в

постоянном контакте с экраном монитора компьютера, что негативно сказывается на состоянии глаз обучаемых.

Осмысление проблем, связанных с Интернет-коммуникацией только начинается. Как и всякое относительно новое явление, Интернет порождает множество противоречивых ожиданий – от необоснованных страхов до неоправданных надежд, что приводит к неоднозначности этических оценок этого феномена.

Итак, каковы же минусы использования Интернета в качестве источника информации, применимо к высшему образованию.

Первое, что приходит на ум: использование готовых работ для подготовки к занятиям или сдача их вместо собственных. Здесь мы можем выделить два момента.

Момент первый.

Когда студент сдает работу, скачанную из Интернета и подписанную своим именем, он нарушает один из трех основополагающих принципов сетевой этики: принцип «неприкосновенности частной собственности». Применительно к виртуальной этике следование этому принципу означает соблюдение права собственности на информацию и норм авторского права.

Мы можем сколько угодно говорить, что так делают все, и что люди сами публикуют свои работы, но факт остается фактом.

Момент второй.

Скачав готовую работу и сдав её, или же использовав её в качестве готового материала при подготовке к занятию, зачету ли экзамену, студент исключает процесс самостоятельной обработки и усвоения информации. Ведь, пока он самостоятельно изучает книги, статьи, данные, он усваивает часть из них, выделяет главное, сортирует, структурирует, то есть обучается. Если же работа просто распечатана, теряется смысл

самоподготовки, которая является столь же важной частью обучения, как и лекции.

Другим отрицательным моментом в использовании Интернета в качестве источника информации является недостаточное качество части информации в сети.

Под недостаточным качеством имеется в виду недостоверность или неточность определенной доли информации. Это опять-таки, прежде всего, связано со спецификой Интернет-среды. Огромный объем информации уже существующий в Интернете и поступающий туда каждый день никто не контролирует и не редактирует, поэтому зачастую информация найденная студентом может оказаться лишь чьим-то мнением или гипотезой, а отнюдь не проверенным фактом, в термине может встретиться опечатка, толкование может оказаться неточным или двояким. Вследствие этого студент не сможет до конца и правильно разобраться в интересующей его теме.

Но существует и другой взгляд на эту проблему. Если качество информации в Интернет не гарантировано и часто оставляет желать лучшего, то, что можно сказать об уровне подготовки пользователей, которые ищут эту информацию? Он тоже оказывается не на высоте. Ведь компьютер, все его системы (поисковые системы Интернета, в частности) это только машина, которая выполняет запрос пользователя. Каков запрос – таков результат. Поэтому в этой проблеме уже скрыто её решение. Интернет как источник получения информации – вспомогательное средство обучения. Чтобы искать и находить нужную, качественную информацию нужно обладать определенным уровнем знаний и умений, а не пенять на некачественную информацию.

Список использованных источников

1. Абрамов Р. Сетевые структуры и формирование информационного общества // Социологические исследования. 2012. №3. С.133-135.
2. Андреева А. Плюсы и минусы трансформации информационной среды для развития российского общества // Информационные ресурсы России. 2013. №1. С.7-11.
3. Гаффин А. Путеводитель по глобальной компьютерной сети Интернет. М. : Академия, 2012. 142с.
4. Дайсон Э. Жизнь в эпоху Интернета / Пер. с англ. М. : Маркетинг, 2012. 164с.
5. Зоркая Н. Информационные предпочтения жителей России. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 4. С.18-21.
6. Клименко С., Уразметов В. Интернет – Среда обитания информационного общества. М. : Экономика, 2014. 64с.
7. Левин А. Социальные аспекты электронной революции. // Информационное общество. 2014. №1. С.33-37.
8. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Под ред. Е.С. Полат. М. : Академия, 2014. 273с.
9. Ракитов А.И. Информатизационное общество. М. : ЮНИТИ, 2013. 254с.
10. Панарин А. Глобальное информационное общество: вызовы и ответы. // Власть. 2014. №1. С.14-22.
11. Психолого-педагогические основы использования ЭВМ в вузовском обучении. / Под ред. А.В. Петровского, Н.Н. Нечаева. М. : МПСИ, 2013. 154с.

Санъат Рахматов

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

КЛАССИФИКАЦИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ

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

Ключевые слова: дистанционные обучение, самостоятельная работа, образовательные ресурсы, интернет-технологии, информационный комплекс, дистанционное образование, сетевые технологии, интернет-коммуникации

The article is devoted to the description and analysis of distance learning students of organizational and pedagogical conditions for organizing independent work using Internet technologies in the context of the competence-based educational paradigm.

Keywords: distance learning, independent work, educational resources, Internet technologies, information complex, distance education, network technologies, Internet communications

Информационные и коммуникационные технологии – это «широкий спектр цифровых технологий, используемых для создания, передачи и распространения информации и оказания услуг (компьютерное оборудование, программное обеспечение, телефонные линии, сотовая связь, электронная почта, сотовые и спутниковые технологии, сети беспроводной и кабельной связи, мультимедийные средства, а также Интернет)».

1 В зарубежной практике принята следующая терминология:

Компьютерное программированное обучение – это технология, обеспечивающая реализацию механизма программированного обучения с

помощью соответствующих компьютерных программ.

Изучение с помощью компьютера – предполагает самостоятельную работу обучаемого по изучению нового материала с помощью различных средств, в том числе и компьютера. Характер учебной деятельности здесь не регламентируется, изучение может осуществляться и при поддержке наборов инструкций, что и составляет суть метода программированного обучения, лежащего в основе технологии САИ.

Изучение на базе компьютера – отличает от предыдущей технологии то, что если там возможно использование самых разнообразных технологических средств (в том числе и традиционных – учебников, аудио- и видеозаписей и т.п.), то здесь предполагается использование преимущественно программных средств, обеспечивающих эффективную самостоятельную работу обучаемых.

Обучение на базе компьютера - подразумевает всевозможные формы передачи знаний обучаемому (с участием педагога и без) и, по существу, пересекается с вышеназванными.

Оценивание с помощью компьютера – может представлять собой и самостоятельную технологию обучения, однако на практике оно входит составным элементом в другие, поскольку к технологиям передачи знаний в качестве обязательного предъявляется и требование о наличии у них специальной системы оценки качества усвоения знаний. Такая система не может быть независимой от содержания изучаемой дисциплины и методов, используемых педагогом в традиционном обучении или реализованных в обучающей программе.

Компьютерные коммуникации, обеспечивая и процесс передачи знаний, и обратную связь, очевидно, являются неотъемлемой составляющей всех вышеперечисленных технологий, когда речь идет об использовании локальных, региональных и других компьютерных сетей.

Компьютерные коммуникации определяют возможности информационной образовательной среды отдельного учебного заведения, города, региона, страны. Поскольку реализация любой информационной технология образования происходит именно в рамках информационной образовательной среды, то и средства, обеспечивающие аппаратную и программную поддержку этой образовательной технологии, не должны ограничиваться только лишь отдельным компьютером с установленной на нем программой. Фактически все обстоит наоборот: программные средства информационной технология образования и сами образовательные технологии встраиваются в качестве подсистемы в информационную образовательную среду – распределенную информационную образовательную систему.

2 Программное обеспечение, использующееся в информационной технология образования, можно разбить на несколько категорий:

- обучающие, контролирующие и тренировочные системы,
- системы для поиска информации,
- моделирующие программы,
- микромиры,
- инструментальные средства познавательного характера,
- инструментальные средства универсального характера,
- инструментальные средства для обеспечения коммуникаций.

Инструментальные средства – программы, обеспечивающие возможность создания новых электронных ресурсов: файлов различного формата, баз данных, программных модулей, отдельных программ и программных комплексов. Основное требование, которое должно соблюдаться у программных средств, ориентированных на применение в образовательном процессе, – это легкость и естественность, с которыми студент может взаимодействовать с учебными материалами.

Контролирующие системы – компьютеризация позволяет сделать контроль более объективным, не зависящим от субъективности преподавателя. В настоящее время в практике автоматизированного тестирования применяются контролирующие системы, состоящие из подсистем следующего назначения:

- создание тестов (формирование банка вопросов и заданий, стратегий ведения опроса и оценивания);
- проведение тестирования (предъявление вопросов, обработка ответов);
- мониторинг качества знаний обучаемых на протяжении всего времени изучения темы или учебной дисциплины на основе протоколирования хода и итогов тестирования в динамически обновляемой базе данных.

Обучающие и тренировочные системы. В настоящее время во многих учебных заведениях разрабатываются и используются автоматизированные обучающие системы по различным учебным дисциплинам. Автоматизированные обучающие системы включает в себя комплекс учебно-методических материалов (демонстрационные, теоретические, практические, контролирующие) и компьютерные программы, которые управляют процессом обучения. Материал предлагается в структурированном виде и обычно включает демонстрации, вопросы для оценки степени понимания.

Моделирующие программы. Одной из важнейших и распространенных причин использования моделирующих программ в обучении является потребность моделирования или визуализации каких-либо динамических процессов, которые затруднительно или просто невозможно воспроизвести в учебной лаборатории или классе. Такие программы, позволяющие моделировать эксперименты, воображаемые или

реальные жизненные ситуации, используются для активизации поисковой деятельности студентов.

Инструментальные программные средства познавательного характера – основываются на принципе конструктора, позволяющего создавать обучаемым их собственное понимание новых концепций, часто визуализированную. В ходе этой работы студент демонстрирует понимание новых знаний и возможности ранее полученных знаний.

Инструментальные средства универсального характера - универсальные программные продукты (например, изучаемые в школе и вузе графические и текстовые редакторы, электронные таблицы и т.п.), не относящиеся к разряду специальных, предназначенных для педагогических целей. Однако возможности этих программных средств таковы, что при умелом подборе заданий, создании на занятиях атмосферы творчества использование этих программ помогает развивать у обучаемых воображение, фантазию, интуицию, инициативность.

Internet. Компьютерные коммуникации выступают также как средство доступа к такой технологии Интернет, как WWW (WorldWideWeb), или Всемирной Паутине, состоящей из сотен миллионов информационных сайтов, связанных гиперссылками. С точки зрения образовательных возможностей это отнюдь не пассивный ресурс, а среда, стимулирующая активность и самостоятельность обучаемых. В ней можно заниматься поиском информации, но результаты зачастую непредсказуемы и зависят от находчивости и инициативности пользователя.

В завершение следует выделить, что среди типов ресурсов, которые мы перечислили, электронная почта может стать незаменимым средством коммуникации любого преподавателя. В образовательном учреждении обеспечение такой связи возможно без подключения к сети Интернет, применяя для этого локальную сеть. Простота использования электронной

почты, её безвредность и относительная безопасность в сравнение с остальными информационными, а также много высочайших возможностей для организации индивидуальной деятельности со студентами, но также помогает организовать коллективную работу всех студентов. Всё это позволяет признать данное средство коммуникации обязательным для образовательного учреждения, которое соответствует современным стандартам.

Список использованных источников

1. Григорьев С.Г., Гриншкун В.В. Информатизация образования, Учебник. Москва, 2005. 18с.
2. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании. М. : ИЦ «Академия», 2003, С. 13-25.
3. Кораблёв А. А. Информационно-телекоммуникационные технологии в образовательном процес се // Школа. 2006. №2. С. 37-39
4. Коноплева И. С., Чубова А. П. Компьютерные обучающие системы // Учитель. 2007. № 5. с. 16-17
5. Морев И. А. Образовательные информационные технологии. Часть 1. Обучение: Учеб. пособие. Владивосток : Изд-во Дальневосточного университета, 2004. 162 с.
6. Машкин М. Н. Информационные технологии. Учебное пособие – 3 с.
7. Осин А. В. Технология и критерии оценки образовательных электронных изданий // Материалы конференции ИТО-2001
8. Полат Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования. М. : Академия, 2009. 348 с.
9. Использование современных информационных и коммуникационных технологий в учебном процессе: учебно-методическое пособие / Авторы-составители: Д.П. Тевс, В. Н. Подковырова, Е. И.

Апольских, М. В, Афолина. Барнаул : БГПУ, 2006

10. Информационные технологии в образовании

<http://xreferat.ru/71/2662-1-informacionnye-tehnologii-v-obrazovanii.html>

11. Интернет-ресурс <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=552923>

Санъат Рахматов,

Умед Фатуллоев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ОРГАНИЗАЦИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ УЧАЩИХСЯ

Организовав хорошие учебные материалы по содержанию и внеся их в соответствующую оболочку курса, можно получить удобный для обучения дистанционный курс, который будет гарантировать качественное обучение.

Ключевые слова: сфера, технология, информатика, телекоммуникация, интернет, сеть, реализация, защиты информации, дистанционный курс

By organizing good educational materials on the content and putting them in the appropriate shell of the course, you can get a distance learning course that is convenient for learning, which will guarantee quality training.

Keywords: sphere, technology, informatics, telecommunications, Internet, network, implementation, information security, distance course

Дистанционную форму обучения специалисты по стратегическим проблемам образования называют образовательной системой 21 века. Сегодня на нее сделана огромная ставка. Актуальность темы дистанционного обучения заключается в том, что результаты общественного прогресса, ранее сосредоточенные в сфере технологий сегодня концентрируются в информационной сфере. Наступила эра информатики. Этап её развития в настоящий момент можно характеризовать как телекоммуникационный. Эта область общения, информации и знаний. Исходя из того, что профессиональные знания стареют очень быстро, не обходимо их постоянное совершенствование. Дистанционную форму обучения дает сегодня возможность создания систем массового непрерывного самообучения, всеобщего обмена информацией, не зависимо от временных и пространственных поясов.

Первое направление, тесть оболочка для занятий. Это как учебная комната, в которой происходят все учебные занятия. Здесь должен быть обеспечен легкий выход на учебные занятия, к различной учебной литературе курса, указаны сроки для прохождения каждого этапа. Обязательно наличие коммуникационной платформы (место для обсуждения проблем студентами, а также место консультаций и общее с преподавателем). Наличие в программе базы с контактными адресами (например, адрес электронной почты или, в крайнем случае, номера телефонов) всех обучаемых на курсе, преподавателя и администратора программы организует постоянную связь. Каждый участник курса должен иметь возможность хранить весь свой рабочий материал на сервере (где расположен курс). Преподаватель всегда имеет возможность проконтролировать студентов на каждом этапе обучения. Естественно, что к оболочке курса должен быть постоянный доступ через Интернет, чтобы любой обучаемый мог в любое удобное для себя время иметь доступ к работе с курсом.

Сейчас в Интернете встречается множество оболочек для дистанционного обучения. Визуально они все различные, но многие из них имеют общин черты, которые сформировались в связи со своеобразием дистанционного обучения. Современная система дистанционного обучения должна быть рассчитана на работу в любой сети, на любой платформе, иметь веб-интерфейс и хранить данные в стандартизованном формате хранения учебной информации.

Техническая реализация оболочек часто направлена на выработку интегрированных решений, на создание программной среды, обеспечивающей взаимосвязанное и согласованное решение разнородных задач процесса дистанционного обучения, а именно:

- Сбор и хранение необходимой информации в различных формах

ее представления, ее оперативное обновление;

- выдачу информации пользователям;
- авторизацию доступа к информации пользователями и реализацию многоуровневой системы информационной безопасности;
- администрирование системы;
- эффективное и быстрое создание информационных ресурсов пользователями.

Обычно, оболочки предлагают интерактивное взаимодействие пользователя с системой. То есть WWW не только предоставляет материалы по запросу пользователя, но и является средством общения, как между пользователями, так и пользователя с системой ДУ. Пользователь получает доступ в систему после ввода имени пользователя и пароля. После этого он получает на экране доступ к своему унифицированному личному окружению, ко всему, что ему доступно на текущем этапе ученого процесса.

Для студента это может быть:

- индивидуальный учебный план, содержащий статические учебные материалы (лекции, книги) и интерактивные учебные материалы (тесты, деловые игры);
- общедоступные учебные материалы;
- различные формы общения с другими участниками ученого процесса: дистанционные семинары, конференции, контрольные занятия, лабораторные работы, чат с другими студентами, тематические чаты, личные консультации с преподавателем;
- результаты своих работ.

Преподаватель может иметь следующие возможности:

- доступ ко всем учебным планам;

- доступ к учебным материалам;
- создание учебных материалов;
- работа с проводимыми им курсами: их создание, модификация, консультирование по ним студентов;
- работа с группами студентов: просмотр и оценивание работ студентов.

Что касается защиты информации. Понятие «открытая система» не означает, что она является незащищенной в смысле доступа к содержащейся в ней информации. Сохранение конфиденциальности информации, представляющей собой государственную, коммерческую и личную тайну, является обязательным условием любой информационной системы и также достигается за счет применения стандартов защиты информации. Оболочки чаще всего содержат многоуровневую систему защиты информации, которая может состоять, например, из следующих компонент:

- защита СУБД;
- защита от несанкционированного доступа;
- защита веб-интерфейса.

Аутентификация пользователя происходит по имени и паролю. В оболочках часто поддерживается авторизация доступа к ресурсам. Например, для авторизации пользователей применяется схема с матрицей доступа. Для каждой категории пользователей определен и доступен только фиксированный набор функций. Все информационное наполнение системы содержится в СУБД. Для защиты логического соединения веб-браузера клиента с сервером системы может использоваться принцип защищенной сессии пользователя на основе cookie. Запись сессии обеспечивает быстрое и полное восстановление данных пользователей

после возможного сбоя системы или сети. Параметры управляющих команд веб-интерфейса шифруются. В оболочку может быть введена возможность администрирования пользователей и ресурсов.

Чаще всего в различных оболочках дистанционного обучения используется меню слева и/или сверху, реже снизу. С помощью меню легко перемещаться по курсу, материалам, производить какие-либо действия. Такая оболочка всегда должна иметь легкий выход (закрытие программы) в любой момент времени. Рекомендуется, чтобы такая оболочка содержала бы телекоммуникации—например, чат. Основными пунктами меню являются: курс или материалы курса, библиотека, контакт (телефоны, электронная почта и прочее), график обучения, контроль, чат, видеоинформация (иногда и отдельно аудиоинформация).

Иногда ошибочно под такой оболочкой курса понимают электронную книгу — в нее не входят все функции дистанционного обучения, она не позволяет многих возможностей для работы дистанционно.

Организовав хорошие учебные материалы по содержанию и внося их в соответствующую оболочку курса, можно получить удобный для обучения дистанционный курс, который будет гарантировать качественное обучение.

Список используемых источников

1. Беспалько В.П. Образование и обучение с участием компьютеров (педагогика третьего тысячелетия). М. : Московский психолого-социальный институт; Воронеж: МОДЭК, 2002. 352с.

2. Богомолова Е.В. Теория и методика обучения и воспитания информатике. Режим доступа: <http://bogo-molovaev.narod.ru/>

3. Бойко Г.М., Пак Н.И. Информационная среда школы открытого типа в области управления и построения учебного процесса // Открытое

образование. 2001. №2. С.36-38.

4. Борисова Н.В. От традиционного через модульное к дистанционному образованию. М.–Домодедово : ВИПКМВД России, 1999. 174с.

5. Буланова-Топоркова М.В., Духавнева А.В. и др. Педагогические технологии. Ростов н/Д : издательский центр «Март», 2002.

6. Гейн А.Г. и др. Основы информатики и вычислительной техники. 10-11 кл. М. : Просвещение, 1993. 224с.

7. Гейн А.Г., Юнерман Н.А. Информатика, 10-11 : Книга для учителя. М. : Просвещение, 2001. 207с.

8. Гин А.А. Приемы педагогической техники: свобода выбора. Открытость. Деятельность. Обратная связь. Идеальность: Пособие для учителя. 3-е изд. М. : Вита-Пресс, 2001. 88с.

9. Гребенюк О.С., Гребенюк Т.Б. Теория обучения: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. 384 с.

Хаёт Исмойилов

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ

Система интеллектуальной образования является практическим следствием использования искусственного интеллекта в области автоматизированного обучения и представляет собой новое поколение систем образования.

Ключевые слова: интеллектуальная система и образования, базы знаний, автоматизированной системе управления, современная образования.

The system of intellectual education is a practical consequence of the use of artificial intelligence in the field of computer-aided learning and represents a new generation of education systems.

Keywords: intellectual system and education, knowledge base, automated control system, modern education.

Одной из наиболее актуальных проблем современности является разработка целевых, содержательных и прикладных технологий специализации наук как нового подхода к организации процесса профессионального и индивидуального развития студентов в образовательном процессе.

Интеллектуальная система образования является практическим результатом использования методов и средств искусственного интеллекта в области автоматизированного обучения и представляет собой новое поколение образовательных систем. Чтобы достичь высокого уровня знаний и навыков студента в процессе обучения, учитель специализации использует три основных типа знаний: знания по предметам преподавания, методы обучения и знания студента. В традиционных компьютерных системах большая часть этих знаний строго включена в отдельные разделы учебного плана в соответствии с выбранной методикой преподавания.

Знания, необходимые в интеллектуальной системе образования, разделяются и отображаются с использованием различных методов и технологий искусственного интеллекта. Используя знания и психофизиологические и интеллектуальные способности студента, можно выявить и организовать наиболее эффективные методы обучения, методы и темпы, содержание, объем и сложность задач в обучении системы обучения.

Система обучения интеллектуальной дисциплине состоит из базы знаний, системы управления, системы обучения и диалоговой платформы. Основой интеллектуальной системы преподавания дисциплин является база знаний. База знаний по каждой специальности будет состоять из нескольких взаимосвязанных баз данных, каждая из которых состоит из нескольких частей предмета: «Концепции и основные концепции», «Теория», «Прикладная лабораторная работа».

Методы обучения собраны в базе данных «Задания», в которой все дидактические материалы классифицированы и систематизированы в соответствии с методами обучения. Информация о стажере собирается в базе данных «Результаты обучения». Составляется индивидуальная карточка каждого учащегося, которая отражает уровень и качество знаний учащегося по предмету его образования, об особенностях его психофизиологического развития.

Система управления базой знаний предназначена для добавления и извлечения новой информации. Первый этап состоит в изучении системы, все знания в области специализации являются новыми, и этот сбор знаний осуществляется в процессе коммуникации между системой и экспертом. На последующих этапах поиск новой информации выполняется автоматически: вся полученная информация сравнивается с доступной информацией, анализируется новая информация на основе доступной

информации, а классификации представляются в одной или нескольких версиях. Например, когда будет найден новый метод обработки предмета, ему будет предоставлена информация о том, как это сделать, необходимое оборудование и средства, используемые материалы и области, в которых он применяется.

Система обучения разработана и поддерживается четким процессом обучения, который будет состоять из трех модулей: управление обучением, формулировка задач и анализ результатов. На каждом этапе обучения цель обучения определяется на основе результатов индивидуального карточного анализа, а учебные задания выбираются или разрабатываются. Если студент работает независимо, его / ее действия контролируются, его / ее ошибки, трудности, с которыми он сталкивается при вмешательстве в учебный процесс, помогают вносить изменения в студенческий билет. При обращении за помощью выбираются оптимальные формы представления (отображать ошибки, исправлять ошибки учащегося или предлагать информационные материалы для заполнения недостающей информации). Поскольку все решения принимаются с учетом индивидуальных особенностей учащегося, интеллектуальная система обеспечивает оптимальное выполнение учебного процесса для учащегося.

Система связи служит для того, чтобы позволить получателю общаться в процессе дистанционного обучения, индивидуально и в режиме сети. Эта система предназначена для идентификации учащегося, доступа к его / ее учебной базе из базы знаний, информации и учебных материалов. Коммуникация между учеником и системой должна осуществляться простым, понятным и понятным языком.

Общий вид процесса внедрения интеллектуальной системы преподавания дисциплин можно обобщить по следующей схеме: После

подтверждения личности пользователя определяется его доступ к системе, модуль модуля управления анализирует состояние студенческого билета, определяет цели, методы и задачи следующего обучения. Модуль «Формулировка задач» развивает функцию обучения на основе выбранной методологии и данных базы знаний. Студент выполняет задание (теоретический материал, практическая работа, тестирование, ответы на вопросы и т. Д.), В котором система сообщает, то есть работа студента проверяется и при необходимости оказывается помощь. Модуль для анализа результатов определяет ошибки, трудности и вносит изменения в студенческий билет. Это завершает цикл обучения, и система переключается в режим готовности для следующего процесса. Пользователь может определить свою роль (отображение необходимой части теоретического материала или задания, ссылки на существующие словари и ресурсы, просмотр отдельной карточки и т. д.).

Интеллектуальная система дисциплин позволяет осуществлять конкретный целевой учебный процесс в замкнутой, автоматизированной системе управления, самостоятельно, индивидуально, коллективно и дистанционно, с учетом индивидуальных особенностей учащегося.

Список использованных источников

1. Бессмертный И.А. Искусственный интеллект. СПб: СПбГУ ИТМО, 2010. 132 с.
2. Загоруйко Ю. А. Искусственный интеллект. Инженерия знаний : учеб. пособие для вузов. Издательство Юрайт, 2018. 93 с.
3. Акинин М. В. Нейросетевые системы искусственного интеллекта в задачах обработки изображений. М.: РиС, 2016. 152 с.

Н.А. Муслимов,

Ш.Н. Муслимов

Ташкентский государственный педагогический

университет им. Низами

Ташкент, Узбекистан

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАФИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ТЕХНОЛОГИИ

В данной статье рассматриваются педагогические условия, определяющие успешность процесса формирования графической компетентности у будущих учителей технологии: мотивационно-ценностного, когнитивного, операционно-деятельностного и рефлексивного; интеграция творческо-графической и профессионально-педагогической подготовки будущих учителей технологии; организация мониторинга формирования графической компетентности у будущих учителей технологии на всех этапах обучения в высших учебных образовательных учреждениях.

Ключевые слова: формирование, графическая компетентность, будущие учителя технологии.

This article discusses the pedagogical conditions that determine the success of the process of formation of graphic competence of future teachers of technology: motivational-value, cognitive, operational-activity and reflexive; integration of creative-graphic and professional-pedagogical training of future teachers of technology; organization of monitoring the formation of graphic competence of future teachers of technology at all stages of training in higher educational institutions.

Key words: formation of graphic competence of future teacher of technology.

Произошедшие изменения в содержании образования высшей педагогической школы Республики Узбекистан усиливают проблему процесса формирования графической компетентности у будущих учителей технологии. Сегодня обществу нужен новый педагог, гибко мыслящий,

способный к творческому освоению профессии и овладению динамично развивающимися достижениями науки, техники и передового опыта.

Рассматривая специфику графической деятельности будущих учителей, следует отметить многообразие ее видов: проектирование, конструирование, моделирование, рационализация, изобретательство. Это указывает на необходимость создания таких условий, которые бы способствовали формированию графической компетентности у будущих учителей в учебном процессе, при которых реализовались бы все этапы творческого процесса – подготовка проекта, работа над ним, материальное воплощение замысла.

Многие исследователи под педагогическими условиями понимают совокупность объективных возможностей, обстоятельств и мер, которые сопровождают образовательный процесс [1].

На основе обобщения результатов исследования к числу наиболее значимых педагогических условий, определяющих успешность процесса формирования графической компетентности у будущих учителей технологии, были отнесены: обеспечение взаимосвязи компонентов структуры формирования графической компетентности: мотивационно-ценностного, когнитивного, операционно-деятельностного и рефлексивного; интеграция творческо-графической и профессионально-педагогической подготовки будущих учителей технологии; организация мониторинга формирования графической компетентности у будущих учителей технологии на всех этапах обучения в высших учебных образовательных учреждениях.

Первое педагогическое условие – обеспечение взаимосвязи компонентов структуры формирования графической компетентности: мотивационно-ценностностного, когнитивного, операционно-деятельностного и рефлексивного.

Мотивационно-ценностный компонент формирования графической компетентности включает: осознание ценности творчества как феномена общественно-исторической практики; осознание значения творческо-конструкторской деятельности как вида общественно-полезной деятельности по преобразованию окружающей природной и предметной среды, созданию социально значимых материальных ценностей; осознание ценности образовательного и воспитательного потенциала обучения учащихся творческо-конструкторской деятельности в различных формах трудовой и профессиональной подготовки.

Когнитивный компонент формирования графической компетентности будущего учителя технологии определяет систему общепедагогических, методических, специально-предметных знаний как множество связанных между собой элементов, представляющих определенное целостное образование.

В содержание операционно-деятельностного компонента формирования графической компетентности будущего учителя технологии входят гностические, проектировочные, конструктивные, организационные и коммуникативные умения.

Рефлексивный компонент структуры формирования графической компетентности будущего учителя технологии включает в себя: личностную включенность в рефлексивно отображаемую учебную ситуацию, что проявляется в осмыслении своей причастности и ответственности за результаты деятельности учащегося; конструирование и адаптацию учебного материала в соответствии с возможностями учащегося; прогнозирование его возможных затруднений; стимулирование его самостоятельных действий при решении творческо-конструкторской задачи.

Второе педагогическое условие – интеграция графической и профессионально-педагогической подготовки будущих учителей технологии.

Одной из важнейших предпосылок формирования графической компетентности будущего учителя технологии является изучение дисциплин, входящих в состав этой специальности: «Основы конструкторско-технологической деятельности», «Методика трудового обучения», «Техническое творчество», «Психология творчества». Изучение предметных дисциплин в их совокупности со спецкурсами, практикумами и факультативными курсами позволяет обеспечить необходимый для будущего учителя уровень графической подготовки.

Третье педагогическое условие – организация мониторинга формирования графической компетентности будущего учителя технологии на всех этапах обучения в высших учебных образовательных учреждениях.

Для определения эффективности влияния педагогических условий, созданных нами для повышения уровня формирования графической компетентности будущего учителя технологии, мы применили диагностирование, приоритетными методами которого являлись: метод экспертной оценки, наблюдение, изучение результатов деятельности студентов (рефераты, проектная деятельность), письменные и устные опросы (анкеты, тесты, опросы), индивидуальные и групповые беседы.

Список использованных источников

1. Андреев В.И. Педагогика. Казань : Центр инновационных технологий, 2000. 608 с.

2. Зеер Э.Ф., Павлова А.М., Сыманюк Э.Э. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход. М. : МПСИ, 2005. 216 с.

3. Набатова Л.В., Гайнеев Э.Р. Творческо-конструкторская деятельность студентов как средство формирования критического мышления // Среднее профессиональное образование. 2009. № 8. С. 22–24.

Рахима Норова

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

КОЛЛАБОРАТИВНАЯ СРЕДА В ОБУЧЕНИИ КАК БЛАГОПРИЯТНОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЗНАНИЙ

В статье говорится о коллаборативной среде в обучении как благоприятном условии повышения качества знаний. Изложены факты применения коллаборативного обучения в учебном процессе.

Ключевые слова: *коллаборативное обучение, атмосфера сотрудничества, технологическая компетентность, коммуникативная компетентность, ключевые компетенции, познавательная деятельность, групповая работа, саморегуляция, коллаборативная среда.*

The article describes the collaborative learning environment as a favorable condition for improving the quality of knowledge. The facts of the use of collaborative learning in the educational process.

Keywords: *collaborative learning collaboration atmosphere, technological competence, communicative competence, core competencies, cognitive activity, group work, self-regulation, collaborative environment.*

Мои ученики будут узнавать новое не от меня.

Они будут это новое открывать сами.

Моя главная задача помочь им раскрыться, развить собственные идеи.

Г. Песталоцци

Коллаборативное обучение *collaborative learning* (обучение в сотрудничестве) – педагогический подход в преподавании и обучении, который представляет собой групповую работу студентов для решения проблемы, выполнения задания или создания какого-либо продукта. В основе коллаборативного обучения лежит идея о том, что обучение – это социальная, по своему характеру, деятельность, в которой участники

общаются друг с другом, и процесс обучения осуществляется посредством общения. Коллаборативное обучение предполагает создание на уроке атмосферы сотрудничества, взаимопонимания, доброжелательности.

Глава нашего государства Ш. М. Мирзиёев подчеркивает, «Образование должно давать не только знания, но и умения их использовать в процессе социальной адаптации», поэтому мы, учителя, должны не только давать студентам новые знания, но и научить их организовывать этот процесс, и что очень важно- сделать познание, обучение привлекательным и интересным. Особое внимание нужно уделять формированию таких компетенций, как готовность к решению проблем, технологическая компетентность, готовность к самообразованию, готовность к использованию и умению использовать информационные ресурсы, коммуникативная компетентность, то есть готовность социальному взаимодействию. Эти компетенции наиболее эффективно формируются в процессе обучения в сотрудничестве, при использовании в аудитории групповой формы работы.

Именно в условиях коллаборативного обучения, студенты имеют возможность общаться со сверстниками, представлять и защищать идеи, обмениваться своим убеждениями, ставить под сомнения другие концепции, принимать активное участие на уроке. Сотрудничество в группах содействует развитию следующих аспектов личности: социальной, познавательной и эмоциональной. Наибольшая эффективность образовательного процесса достигается при использовании методик активного обучения, когда все участники оказываются вовлеченными в процесс познания. Активные методы обучения исключают преобладание какого-то одного мнения над всеми прочими. На своих уроках я часто применяю методы критического мышления, диалогическое обучение, использую ИКТ, которые позволяют студентам учиться мыслить

критически, сопоставлять, анализировать информацию, оценивать разные мнения, общаться с другими студентами и принимать ответственные решения. Применение на уроках групповой формы работы способствует свободе творческой фантазии и учителя, и студента, возможности студентами обсуждать совместно массу интересной информации, возможность излагать свою точку зрения, услышать мнение других. Из своего опыта работы и работы коллег могу утверждать, что применение групповой формы работы в аудитории делает процесс обучения более эффективным, интересным и творческим. Поэтому свои уроки провожу и планирую проводить в дальнейшем с использованием всех модулей обучения, так как это позволяет мне сделать уроки содержательными и интересными для восприятия студентов. Развитие таких качеств, как лидерство, умение работать в группе, корректно воспринимать мнения собеседника достигаются в процессе совместного, коллаборативного обучения, и в свою очередь, помогает студентам в совершенствовании их индивидуальности и адаптации в социуме. Коллаборативное обучение помогает развить мыслительную деятельность, повышает мотивацию к предмету.

Современный учитель обязан чутко реагировать на изменения, происходящие в мировой системе образования, в содержании учебного материала учебников нового поколения, а реализация всего этого возможно через обучение с применением современных подходов преподавания. Практика показывает, что для студентов применение групповой работы является возможностью разнообразить вид деятельности, это вызывает у них заинтересованность, что в значительной мере способствует активизации познавательного интереса не только в ходе урока, но и на перспективу. Рутинность и пассивность на уроке, как учителя, так и студентов, приводит к тому, что у студентов пропадает

всякий интерес к предмету, и, вследствие этого, падает их активность. Групповая форма работы в значительной мере активизирует совместную учебную деятельность студентов на разных этапах урока, формирует такую систему взаимодействия студентов, при которой невозможно было бы ничего не делать. Объединение ребят в небольшие группы с общим заданием, выделение для каждого студента группы формы его участия в выполнении данного группового задания, создает условия, в которых каждый отвечает не только за результат своей работы, но, что особенно важно, за результат всей группы. Кроме того, активное участие в работе группы позволяет студентам развивать коммуникативные качества. Работая в различных группах и выполняя разные функции в них, все студенты как бы проигрывают специфические роли (капитана, судьи, спикера, генератора идей, тайм-менеджера, секретаря и так далее), что способствует расширению их общего кругозора, их социальной адаптации, развивает активную жизненную позицию с положительной мотивацией. Такая организация работы в аудитории носит конкретно – конструктивный характер, что позволяет объективно оценивать труд студента. При этом, организация групповой формы работы позволяет объединять студентов в зависимости от поставленных задач в равноуровневые или разноуровневые группы, делая работу более интересной для студентов, способствуя их активности, развитию их лидерских качеств в ходе разнообразной деятельности во время урока. Опыт успешной реализации данной темы позволит решить проблемы активизации познавательной деятельности студентов на уроках. Формирование активной жизненной позиции студента с положительной мотивацией создаст условия для гармоничного развития его личности на перспективу. Цель моей темы самообразования выявить степень вовлеченности студентов в работу на занятиях в коллаборативной среде; проследить динамику изменения уровня

познавательной деятельности студентов через групповую работу. На современном этапе в Узбекистане главная задача образования - его соответствие актуальным и перспективным потребностям личности, общества, государства. В результате образования должна быть сформирована не система знаний, умений и навыков сама по себе, а набор ключевых компетенций, необходимых будущему выпускнику в интеллектуальной, общественно – политической, коммуникационной, информационной и других сферах. Именно групповая работа способствует улучшению психологического климата, в аудитории, развитию толерантности, умению вести диалог и аргументировать свою точку зрения. Групповую работу характеризует непосредственное взаимодействие между студентами, их совместная согласованная деятельность. Я стараюсь не вмешиваться в работу групп только в крайней необходимости. В остальном выступаю в роли наблюдателя и посредника между группами. Подготовка к групповой работе требует от меня более тщательной подготовки. Приходится подбирать необходимый дополнительный материал, составлять руководство для работы в группе, так как каждая группа выполняет индивидуальное задание, подготавливаю презентации для того, чтобы ребята зрительно могли видеть проработанный материал. При групповой работе можно добиться успехов в учении даже при наличии небольших умственных способностей у ребят, если при этом положительно настроить студентов на работу. Необходимо обращать внимание на правильное распределение времени, так как при работе в группах заметно не хватает времени. При работе в группах у студентов развивается саморегуляция, так как, работая в группе, студенты могут сравнить свои успехи с успехами других участников группы. Ученики могут не только слышать устные ответы, но и видеть тетради товарищей, слушать обоснования товарищей и анализ

ошибок. Разрабатывая задания для групповой работы, я стараюсь выбирать такие задания, которые бы соответствовали их возрастным особенностям. В конце каждой проработанной главы вовремя повторения я провожу тренинг, в ходе которого каждый из студентов передает клубок ниток соседу и говорит пожелание. Данный тренинг провожу для того, чтобы еще больше сплотить группу, а также проверить понравились или не понравились уроки по новым подходам к студентам. После проведения тренинга обращаю внимание, что студенты с улыбкой на лице говорят друг другу пожелания и хотят, чтобы дальнейшие уроки проходили также интересно. Для поощрения и стимулирования на дальнейшую работу каждому студенту вручаю небольшие подарки в виде ручек либо блокнотов с пожеланием, чтобы наша работа в группах была такой же продуктивной и насыщенной. Работа в группах дает положительный результат. Ребята с радостью работают на уроках, у них повышается уровень знаний, группа становится более сплоченной и, не смотря на то, каким бы образом я их не делила, работают активно. Необходимо постоянно проводить беседы со студентами о том, что необходимо сделать для того, чтобы уроки были более насыщенные, и хватало времени на всю запланированную работу. Утверждение о том, что процесс обучения должен быть «разумным», основано на убеждении в том, что культура и ценности личного опыта студентов выступают значимым контекстом, существенным образом определяющим успешность процесса обучения. Только в том случае обучение даст результат, когда в процессе обучения будут участвовать сами студенты. Главным моим желанием являлось по максимуму раскрепостить студента. Дать ему возможность по его способностям выражать собственные мысли работая индивидуально и в коллективе, опираясь на сложившуюся атмосферу на уроке. Я могу с уверенностью сказать, что правильно подобранные упражнения и игры,

позволяют создать нужную среду и интерес обучающихся к получению знаний.

Обучение в сотрудничестве является не только методом, используемым в аудитории, но и личной философией обучающегося. Во всех случаях объединения субъектов в группы, сотрудничество предлагает способ работы, основанный на взаимном уважении, выявлении способностей участников и определении личного вклада каждого члена группы. Групповая работа в аудитории будет эффективной тогда, когда учителем будут учтены индивидуальные, возрастные, и психологические особенности студентов. У каждого студента имеются определенные знания, нужно всего лишь дать возможность создать условия для их проявления. Положительный результат урока будет зависеть от того, насколько учитель заранее продумает и запланирует:

1. Задания, требующие участия всех членов группы. Студенты в группе должны чувствовать, что они все вместе, что успех каждого возможен только в случае успеха всей группы. Чувство, что от тебя зависит успех твоих сверстников, является сильным мотивом в групповой работе.

2. Задания для группы должны предусматривать вынесение суждений, оценивания и обоснования, аргументирования решений.

3. Задания должны соответствовать возможностям и способностям студентов.

4. Необходимо предусмотреть наличие духа соревнования между группами. Группы могут получить одинаковые задания и соревноваться в нескольких категориях – самое неожиданное решение, эффективная презентация, самый доступный метод изложения материала ит.д.

5. Учитель обязан подробно объяснить группе, как будут работать группы, как будет оцениваться работа. Разъясняется цель работы.

Групповая работа более успешна тогда, когда студентов оценивают на основании заранее разработанных и известных студентам критериев оценивания.

6. Студентам необходимо привить такие навыки, которые помогут работать в группе, это – активное слушание, терпимость к другим мнениям, помощь другу в усвоении материала, умение принимать критику, не создавать, а разрешать конфликты. В аудитории эти правила должны быть обсуждены и приняты студентами.

Коллаборативная среда развивает взаимопонимание. Взаимопонимание – это наличие у всех участников группы обучения сходных знаний о процессе взаимодействия, сходных взглядов, предположений и допущений, т.е. разделение всей группой одних и тех же идей. Предполагаем, что во время уроков будут ситуации, когда придется отступить от запланированного материала и отвечать на вопросы, которые студенты считают наиболее важными для себя на этом этапе урока. Это потребует от учителя более глубокого знания материала. Исходя из опыта учителей, можем отметить положительные результаты по формированию коллаборативной среды в аудитории. Например, после окончания урока можно предложить студентам на цветных стикерах написать свои замечания или пожелания к уроку. Проанализировав записи студентов, можно сделать вывод об уроке — что понравилось, насколько интересна групповая работа и хотят ли они, чтобы таких уроков было больше. В этом случае необходимо обратить внимание учителей на вовлечение в коллаборативное обучение: умение критически размышлять, рефлексировать над использованием новых подходов, сравнивать с существующей практикой, обсуждать их эффективность и планировать дальнейшее использование на своих уроках.

С этой целью успешно применяется стратегия индивидуально — пара-группа-аудитория, что позволяет учителям:

- понять и освоить навыки работы по обновленной методике на основе целеполагания, спиральности, дифференциации;
- обсудить и поделиться новыми идеями образования, новыми видами планирования.

Итак, основной задачей педагогического процесса в современной высшей школе является развитие студента, а использование групповой работы на уроке является одной из наиболее эффективных форм, способствующих развитию мышления студентов. Сегодня нужно преподавать по-новому, так как в условиях стремительно меняющегося времени, ключевыми навыками является формирование актуальных знаний и практических навыков, готовности студентов к практическому использованию имеющихся знаний.

Думаю, что с каждым годом учителей, желающих изменить свою педагогическую деятельность, будет больше.

Список использованных источников

1. Указ Президента Республики Узбекистан Мирзиёева Ш.М. «О стратегии действий по дальнейшему развитию» Республики Узбекистан на 2017-2021 годы. Ташкент. «Адолат» нашриёти 2017 й., 112 б.
2. Азизходжаева Н.Н. Педагогические технологии и педагогическое мастерство. – Ташкент: ТГПУ им. Низами, 2003. 192 с.
3. Рассел Джесси. Формы организации обучения // Санкт-Петербург. 2013. 57 с.
4. Новейший словарь иностранных слов и выражений. Мн.: ООО «Изд-во АСТ», 2001. 976 с.
5. Ходиев Б.Ю., Гимранова О.Б. Современные образовательные технологии: теория и практика реализации. Т. : ТГЭУ, 2007. 320 с.

6. Тарханова И.Ю. Интерактивные стратегии организации образовательного процесса в вузе : учебное пособие. Ярославль : Изд-во ЯГПУ, 2012. 67 с.

7. Cheong C., Bruno V., Cheong F. Designing a Mobile-app-based Collaborative Learning System // Journal of Information Technology Education: Innovations in Practice. 2012. Vol. 11. P. 97–119.

Зайниддин Хўжаназаров

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ОТНОШЕНИЕ К ИННОВАЦИЯМ РАЗНЫХ СУБЪЕКТОВ ОБРАЗОВАНИЯ

Еще одним важным компонентом инноваций в учебном процессе в образовательных учреждениях является учитель, его профессиональная компетентность и инновационный активность.

***Ключевые слова:** инновации в учебном процессе в школах, ранее отношения между учителем и учеником*

Another important component of innovation in the educational process in educational institutions is the teacher, his professional competence and innovative activity.

***Keywords:** innovations in the educational process in schools, earlier the relationship between teacher and student*

Компетентность – пригодность, пригодность, компетентность. Профессиональная компетентность специалиста – его профессиональная подготовка является нормой оценки профессиональной компетентности.

Различные подходы могут быть сделаны в научном контексте концепции профессиональной компетентности. Он используется в качестве описательной характеристики требований конкретной деятельности для предмета работы или отношения субъекта к конкретным аспектам конкретной деятельности. Например, ученый. Изучение функционального развития профессиональной компетентности показало, что при достижении профессиональной зрелости интегрируются различные формы компетентности и что их отношения с качествами важного профессионала усиливаются. В частности, основные уровни профессиональной компетентности включают характеристики человека, который определяет его / ее профессиональную подготовку и опыт,

самооценку, уверенность в себе, признание недостатков, выявленных другими, и другие аналогичные профессиональные способности. Анализ упомянутых выше пунктов является педагогическим профессионалом его компетентность как совокупность специфических особенностей, таких как индивидуальная, социальная, творческая, методологическая компетентность.

В центре внимания при обсуждении вопросов инновационного образования оказалась адаптивная функция образования и воспитания: вписать входящего в жизнь индивида в определенный тип социальности, научить взаимодействию в группе по правилам, учитывающим конкретные социальные модели. К выпускникам предъявляются требования, связанные с «умением работать в команде», «владением коммуникативными навыками», «способностью учитывать точки зрения и интересы других», «представление о корпоративных нормах поведения», «толерантностью».

Основой реальных образовательных стратегий, реализуемых при индивидуальном выборе образовательного учреждения и профиля подготовки, а также в организации работы конкретного образовательного учреждения, широко признается социальная адаптация человека.

Кардинально меняются социальные роли основных субъектов образования. Ранее патерналистская модель отношения учителя и ученика воспринималась обеими сторонами как должная. Сегодня мало кого удивляет критика педагогов не только родителями, но и учениками. Молодежь зачастую лучше владеет новыми способами получения и распространения информации. Есть объективные причины, затрудняющие для научно-педагогического сообщества освоение новых объемов информации и новых педагогических технологий. Регулярное обновление знаний у преподавателей образовательных учреждений с целью научного

обогащения читаемых ими курсов лекций затрудняется дефицитом времени, возникающим из-за занятости в нескольких местах работы. Отставание темпов роста заработной платы в сфере образования, падение престижа преподавательской профессии приводят к тому, что молодежь неохотно идет на работу в сферу образования, растет доля преподавателей пенсионного возраста. Распространение частных учебных заведений и филиалов вузов, в которых требования к компетенции преподавателей часто снижены, способствует снижению уровня требований к обучающимся.

Массовый отказ от книжной культуры, переориентация на визуализацию информации не всегда принимается во внимание педагогическим сообществом. Рыночный подход к образованию способствует оценке образовательных учреждений, как оказывающих услуги государственных или частных предприятий. Часто основным индикатором качества оказывается удовлетворенность субъектов образования процессом образования. Оказывается оцениваемой и собственно личность педагога, уровень его предметных знаний, педагогический профессионализм, его речь и имидж. Аналогичная оценка со стороны коллег дополняет полученные при опросах родителей и обучающихся результаты. Зависимость педагога от такой оценки все более возрастает в вопросах профессионального роста, размера заработной платы. Не секрет, что многие мнения о педагогах ученики пересматривают в течение жизни, иногда на прямо противоположные. Но принятое в прошлом на основании полученного рейтинга решение уже необратимо. Насколько объективен такой способ оценки труда и личности преподавателя в контексте требования инновационности? Можно ли в каждом образовательном учреждении, в рамках любого учебного курса и вида образования выдвигать требование инновационности по отношению к

каждому конкретному педагогу? Массовый характер образования очевидно приводит к отрицательному ответу.

Современное высшее образование перестает видеть в студенте автономную самостоятельную персону. Во время встреч с западными коллегами-профессорами европейских университетов, активно претворяющих в жизнь идеи создания единого европейского образовательного пространства, пришлось встретиться с явным осознанием изменений, произошедших, например. Профессора сетовали на то, что акцент на контроль процесса усвоения материала, значительная регламентированность процесса общения преподавателя и студента есть отход от принципов гумбольдтовского университета. В ходе встреч обсуждались изменения в практике обучения в высшей школе в связи с переходом на принципы Болонской декларации: кредитно-модульная форма организации учебного процесса, двухуровневая система подготовки в вузах, значительное увеличение времени на самостоятельную работу студента при сокращении аудиторных занятий, система промежуточного и итогового контроля знаний. Очевидно, и об этом прямо говорили западные коллеги, что влияние на образование конкретного студента индивидуальности профессора и ассистента будет уменьшаться, фактически основным субъектом образовательного процесса станет технический вспомогательный персонал.

Во всех отраслях профессиональной подготовки все более выступает на первый план проблема обучения поведению в профессиональной деятельности. Современный школьник, а тем более студент, встречается с широким спектром образовательных технологий, большинство из них выдается под маркой инновационности. Обилие и разнообразие педагогических экспериментов, а эксперимент «по определению» может иметь отрицательный результат, можно квалифицировать как

свидетельство неустойчивости представлений общества о целях и задачах образования. Инновации как отрицание старого, проверенного, непредсказуемы в своей результативности. Однако идеология реформирования образования, сопряженная с переходом к проектному финансированию образовательных институтов, абсолютизирует роль инновации («инновации любой ценой»). Изменчивостью образовательных приемов и технологий система образования отвечает на возникающие потребности общества в формировании психологической и социальной готовности индивидов при изменении окружающих обстоятельств изменить собственные установки и личностные характеристики.

Признаком образовательных инноваций рассматривается внедрение в учебный процесс тренингов, деловых, ситуационных, прогнозных, модельных игр. Причем, процесс обучения все более становится похож на процесс развлечения. Распространение тренинговых образовательных технологий на всех уровнях системы образования свидетельствует об укреплении образовательной парадигмы, ключевое назначение которой сформировать «умение», а не «знания». Отличие от прежней парадигмы образования в том, что ранее делался основной упор на усвоение знания прошлого, а теперь — на технологии поведения в ситуациях, основанных не столько на прежнем опыте культуры, сколько на индивидуальном понимании и личном опыте.

Таким образом, можно сделать вывод, что инновации являются основным средством устойчивого развития образования в целом и высшей школы в частности. Более того, сегодня решение задачи формирования экономики, основанной на знаниях, невозможно без перехода всей сферы образования на инновационный путь развития. В системе высшей школы нововведениями затронуты все компоненты совокупной образовательной деятельности: ценностные ориентации, цели, содержание, методы и

средства обучения, структура высшего образования, способы его организации и управления.

Список использованных источников

1. Формирование общества, основанного на знаниях. Новые задачи высшей школы // Доклад Всемирного банка. М., 2003.
2. Фарберман Б. Л. Передовые педагогические технологии. Ташкент, Фан, 2000. 86 с.
3. Усова А.В., Бобров А.А. Формирование учащих и учащихся учебных умений. Москва : Знание, 1987.
4. Ғозиев Э. Тафаккур психологияси. Т. : Ўқитувчи, 1990.—183 с.
5. Фарберман Б.Л. Составление педагогических тестов. Т. : ГАДИ, 1992.
6. Фарберман Б. Л. Методика разработки и применения педагогических тестов. Т. : РУМЦ, 1995.

Зайниддин Хўжаназаров,

Зарифжон Худойбердиев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ

Урок динамичен как организационная форма обучения. Это обеспечивает целостность педагогического процесса и помогает найти положительное решение для целей образования и развития образования.

Ключевые слова: *основні проблеми комп'ютеризації, преподавателя и студента, сама возможность компьютеризации учебного процесса.*

The lesson is dynamic as an organizational form of learning. It provides the integrity of the pedagogical process and helps to find a positive solution to educational and educational development goals.

Keywords: *vain problems of computerization, teacher and student, the very possibility of computerization of the educational process*

Важно описать проблему, которая исследуется в исследовании, путем описания описаний, терминов и концепций, определения их текущего уровня развития и прогнозирования их будущих перспектив. Проблема компьютерного образования – современный курс о педагогике около полувека назад. Литература, посвященная ему, стремительно растет из года в год. Центральным вопросом проблемы компьютерного образования являются «учебный контент и компьютер», «учебная деятельность и компьютер», «читательская деятельность и компьютеры». Психологическое, педагогическое, методологическое обоснование программ, охватывающих весь комплекс систем. В модели программного обеспечения необходимо моделировать образование, создавать психологическую среду для обучения и использовать результаты, достигнутые в следующих областях науки, таких как мультимедийные

инструменты, дистанционное обучение, искусственный интеллект и виртуальная лаборатория.

Разработка методологии создания учебной программы по информатике для субъектов информатики. Изучить эффективность компьютерного обучения по предметам информатики. Когда проблемы с компьютеризацией зарегистрированы, каждый из них должен быть проанализирован отдельно и определить компоненты. Анализируя информатику, пришло время обновить учебник по каждому предмету.

Важным средством интенсификации и улучшения учебной работы должна быть компьютеризация обучения. Задача дидактики в связи с этим состоит в том, чтобы определить и обеспечить те условия, при которых такая интенсификация действительно достигается.

На первом этапе компьютер выступает предметом учебной деятельности, в ходе которой приобретаются знания о работе машины, изучаются языки программирования, усваиваются навыки работы оператора. На втором этапе этот предмет превращается уже в средство решения учебных или профессиональных задач, в орудие деятельности человека.

Компьютер является не просто техническим устройством, он предполагает соответствующее программное обеспечение. Решение указанной задачи связано с преодолением трудностей, обусловленных тем, что одну часть задачи, конструирование и производство ЭВМ- выполняет инженер, а другую- педагог, который должен найти разумное дидактическое обоснование между логикой работы вычислительной машины и логикой развертывания живой человеческой деятельности учения.

Другая трудность состоит в том, что любое средство, используемое в учебном процессе является лишь одним из равноправных компонентов

дидактической системы наряду с другими ее звеньями: целями, содержанием, формами, методами, деятельностью педагога и учащегося. Как новое содержание требует новых форм его организации, так и новое средство предполагает переориентацию всех других компонентов дидактической системы. Поэтому установка в школьном классе или вузовской аудитории вычислительной машины или дисплея есть не окончание компьютеризации, а ее начало- начало системной перестройки всей технологии обучения.

Преобразуется прежде всего деятельность субъектов образования- учителя и ученика, преподавателя и студента. Им приходится строить принципиально новые отношения, осваивать новые формы деятельности в связи с изменением средств учебной работы и специфической перестройки и содержания. И в этом, а не в овладении компьютерной грамотностью учителями и учениками или насыщенности классов обучающей техникой, состоит основная трудность компьютеризации образования.

Вывод, который делают исследователи в тех странах, где накоплен опыт компьютеризации, прежде всего в развитых странах Запада, состоит в том, что реальные достижения в этой области не дают оснований полагать, что применение ЭВМ кардинально изменит традиционную систему обучения к лучшему. Нельзя просто встроить компьютер в привычный учебный процесс и надеяться, что он осуществит революцию в образовании. Нужно менять саму концепцию учебного процесса, в которой компьютер органично вписывался бы как новое, мощное средство обучения.

Проблема компьютерного обучения, как показано выше, не сводится к массовому производству компьютеров и встраиванию их в существующий учебный процесс. Изменение средства обучения, как, впрочем, и изменение в любом звене дидактической системы, неизбежно

приводит к перестройке всей той системы. Использование вычислительной техники расширяет возможности человека, однако оно является лишь инструментом, орудием решения задач, и его применение не должно превращаться в самоцель, моду или формальное мероприятие.

Сама возможность компьютеризации учебного процесса возникает тогда, когда выполняемые человеком функции могут быть формализованы и адекватно воспроизведены с помощью технических средств. Поэтому, прежде, чем приступить к проектированию учебного процесса, преподаватель должен определить соотношение между автоматизированной и неавтоматизированной его частями. По некоторым литературным источникам, автоматизированный режим по объему учебного материала, может достигать 30% содержания. Эти данные могут помочь выбрать последовательность компьютеризации учебных предметов. Естественно, что первую очередь она затронет те из них, которые используют строгий логико-математический аппарат, содержание которых поддается формализации. Неформализованные компоненты нужно развертывать каким-то другим, неалгоритмическим образом, что требует от преподавателя, учителя соответствующего педагогического мастерства.

Компьютеризация обучения не означает простой добавки нового средства в уже сложившийся учебный процесс. Необходимо проектирование нового учебного процесса на основе современной психико- педагогической теории. А эта задача посложнее, чем подготовка программ по существующим учебным предметам. Судьба компьютеризации в конечном счете будет зависеть от педагогически и психологически обоснованной перестройки всего учебно-воспитательного процесса.

Зайниддин Хўжаназаров,

Охунжон Жумаев

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ОТНОШЕНИЕ К ИННОВАЦИЯМ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ

Наши своевременные, долгосрочные, последовательные, общенациональные программы, такие как образование, здравоохранение, охрана здоровья матери и ребенка, детский спорт, Эффективная система поддержки землевладельцев, по определению, создала уникальную модель.

Ключевые слова: *эффективная система, двухуровневая система, технология системы.*

Our modern, long-term, consistent, nationwide programs such as education, health care, maternal and child health, children's sports, an effective support system for landowners, by definition, has created a unique model.

Keywords: *effective system, two-tier system, system technology.*

По мнению авторов доклада, успешное развитие экономики мира напрямую связано с инновационным потенциалом и благоприятными условиями. При оценке этой ситуации индекс инноваций каждой страны имеет особое место. Этот индекс рассчитывается на основе общих оценок двух перечисленных ниже групп. Первая группа – доступные ресурсы и условия для инноваций (институты, человеческий капитал и исследования, инфраструктура, внутренний рынок и развитие бизнеса). Вторая группа – практические результаты инноваций (развитие знаний о технологиях и экономике, результаты творческой деятельности). Окончательный индекс отражает взаимосвязь между затратами и достигнутыми эффектами, что, в свою очередь, обеспечивает объективную оценку усилий по развитию инноваций в каждой стране, охваченной опросом.

Акцент был сделан на адаптивном обучении и преподавании в центре инновационного образования: роль определенного типа

социализации, правил группы и объединения определенной социальной модели включены в жизнь конкретного вида. Реформа образования будет выше лозунга для повышения гибкости выпускников всех уровней для социального благополучия. У выпускников есть производительность совместной работы, навыки общения, ожидания подотчетности и способность реагировать на корпоративные нормы в поведенческих стереотипах, требования к терпимости.

Выбор отдельных учебных заведений и профилей обучения также признается как социальная адаптация более широкого человека на основе образовательной стратегии конкретного образовательного учреждения.

В принципе, социальная роль базового образования меняется. В настоящее время преподаватель и ученик принимаются в обоих направлениях. Сегодня также замечательно, что учителей критикуют не только их родители, но и их ученики. У молодых людей часто появляются новые методы получения и распространения информации. Есть объективные причины для развития информации и новых педагогических технологий, развития новых педагогических уровней и задачи для научного сообщества. Регулярное обновление знаний среди учителей учебных заведений для академического обмена лекциями. Постепенное увеличение заработной платы в секторе образования приведет к развитию образования. Требования к компетенции преподавателей, которые распространяют филиалы частных учебных заведений и учреждений, часто снижают спрос на студентов.

Культура книги развивается в массовом порядке, и образование не всегда считается фактором распространения информации. Отношение рынка образования способствует оценке образовательных учреждений, таких как предоставление услуг государственным учреждениям или частным предприятиям.

В большинстве случаев основным показателем качества является удовлетворение образовательного процесса процессом обучения. Это предположение – учитель, предмет, педагогическая экспертиза, реальное равенство выражения и выражения. Аналогичная оценка коллегами заполняет результаты, полученные из интервью с родителями и студентами. Зависимость учителя от этих оценок возрастает в отношении вопросов профессионального роста, размера заработной платы.

Не секрет, что никто не узнает о учителях в жизни, иногда на противоположной стороне. Какова цель этого метода оценки работы учителя и его личности с точки зрения требований к инновациям? Являются ли этот учебный курс и каждый отдельный учитель в любом учебном заведении способным выдвигать спрос на относительные инновации? Популярность образования носит негативный характер.

Современные школьники перестают видеть самостоятельных людей. зарубежные коллеги, профессор европейских университетов, переход на двухуровневую систему высшего образования во время встреч с идеей создания активного европейского образовательного промежуточного уровня. Профессор подчеркнул важность контроля процесса материального развития, а также большого количества процессов обучения учителей и учеников.

Организация миротворческого процесса, кредит и модули, двухуровневая система высшего образования и значительное увеличение времени для самостоятельной работы студента, сокращение промежуточной и конечной системы и контроль знаний. Это не ясно, и это будет только персонал технической поддержки, затронутый образованием отдельного студента и доцента, фактически уменьшая основную тему учебного процесса.

Проблема обучения профессиональной деятельности во всех областях профессиональной подготовки является первоочередной задачей. Современный студент и еще больше учеников знакомы со многими образовательными технологиями, многие из которых выпускаются под инновационным брендом. По определению, общественный и педагогический опыт может иметь негативные последствия для разнообразия и опыта, которые можно рассматривать как публичное представление целей и задач нестабильности для целей обучения. Инновации непредсказуемы, стары, доказаны, продуктивны.

Однако идеология образовательной реформы, наряду с переходом к проектному финансированию образовательных учреждений, полностью меняет роль инноваций («любого типа инноваций»). образовательные методы и технология системы образования отвечают потребностям общества в формировании психологического и социального благосостояния меняющихся людей с меняющимися обстоятельствами, изменяющими их настроения и индивидуальность.

Обучение обучению является признаком образовательных инноваций при моделировании прогнозирования деловой ситуации. Технологии образования на всех уровнях системы образования демонстрируют укрепляющую парадигму образования, которая отличает обучение, а не основную цель, а «способность» к «знанию». Технология основана на прошлом опыте, а не на индивидуальном интеллекте и личном опыте, но в технологии, приоритетной в прошлом, в настоящее время акцент на приобретение знаний и вопреки старой парадигме образования.

Важно подчеркнуть, что индивидуальная оценка адекватности атмосферы для этого эффекта с точки зрения социального воздействия может основываться на предсказуемых и соответствующих технологиях, чтобы люди, которые думают о нескольких ситуациях, более устойчивы к

любым возможным будущим ситуациям. Сценарий «игры» на разных моделях уменьшит эмоциональный опыт ситуаций.

Реформы в образовании испытывают сложные условия, которые приближают нас к европейским стандартам. Мы не верим, что изменить нечего. В нашей работе есть желание достаточно инерции и нормальной жизни. Но нам нужно улучшить изменения, а не ухудшить качество и качество нашего образования.

Таким образом, инновации можно рассматривать как важный инструмент устойчивого развития образования в целом и высшего образования. Более того, сегодня невозможно решить всю задачу формирования экономики, основанной на знаниях, не разбивая все сферы на путь инновационного развития. Инновации в системе высшего образования влияют на все составляющие общей образовательной деятельности: цель ценностных маршрутов, методы обучения и инструменты, структура высшего образования, его организация и управление.

Список использованных источников

1. Борисова Н.Я. Сопровождение инновационной деятельности педагогов. Приложение к журналу «Среднее профессиональное образование», № 8, 2010.
2. Курманова Э.А. Инновационная стратегия развития колледжа. Среднее профессиональное образование, № 3, 2011.
3. Закон Республики Узбекистан «Об образовании». Баркамол Авлод – основа развития Узбекистана. Ташкент : «Шарк», 1997.
4. Закон Республики Узбекистан «О Национальной программе подготовки кадров». Баркамолавлод – основа развития Узбекистана. Ташкент : «Шарк», 1997.
5. Закон Республики Узбекистан «Об образовании». Т. : Шар. 1997.

Віолетта Лавренюк,

Владислав Александров,

Марина Василякіна,

Катерина Коліна

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ МОВНОЇ НОРМИ СТУДЕНТІВ- НЕФІЛОЛОГІВ І ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

У статті докладно розглядається поняття мови як найважливішого показника культури людини, її інтелекту і мислення; мовної норми; порушень мовних норм і шляхи їх подолання.

Ключові слова: *мова, мовна норма, типові порушення мовних норм.*

В статті ье подробно рассматривается понятие языка как важнейшего показателя культуры человека, его интеллекта и мышления; языковой нормы; нарушений языковых норм и пути их преодоления.

Ключевые слова: *язык, языковая норма, типичные нарушения языковых норм.*

The article deals with the concept of language as the most important indicator of human culture, its intellect and thinking; linguistic norm; violations of language norms and ways to overcome them.

Keywords: *language, linguistic norm, typical violations of linguistic norms.*

Слово – найважливіша одиниця мови, найрізноманітніша і найобсяжніша. Саме слово віддзеркаює всі зміни, що відбуваються в житті суспільства. Слово не лише називає предмет чи явище, а й виконує важливу й незамінну емоційно-експресивну функцію. Отже, добираючи слів, ми маємо звертати увагу на їх семантику, стилістичне забарвлення, здатність сполучатися з іншими словами, оскільки порушення хоч одного з цих критеріїв може призвести до мовної помилки.

Мова – це найважливіший показник культури людини, її інтелекту і мислення, спосіб пізнання складних явищ природи, речей, суспільства і

передачі інформації про це шляхом комунікації. Проте, у процесі навчання ми часто робимо помилки, як у письмовій, так і в усній формі. Понад те, поняття культури мовлення, як уявлення про «мовний ідеал», нерозривно пов'язане з поняттям мовної помилки. По суті це – частини одного процесу, а, значить, прагнучи до савдосконалення, ми повинні вміти розпізнавати мовні помилки і викорінювати їх. Розглянемо деякі з них.

1. Нерозуміння значення слова.

1.1. На першому місці серед таких порушень вживання слова **в невластивому йому значенні**. Наприклад: *Вогнище все більше і більше розпалювалося, палало*. Помилка полягає в неправильному виборі слова *розпалюватися*: 1) *нагріти до дуже високої температури, розжаритися*; 2) *(перен.) прийти в сильне збудження, стати охопленим будь-яким сильним почуттям*. *Розгоратися* – *починати сильно або добре, рівно горіти*.

1.2. Вживання самотійних і службових частин мови без урахування їх семантики. Нариклад: *Завдяки пожежі, спалахнуло від багаття, згорів велику ділянку лісу*.

У сучасній українській мові прийменник *завдяки* зберігає смисловий зв'язок із дієсловом *дякувати* і вживається зазвичай лише в тих випадках, коли йдеться про причини, що викликають *бажаний результат*: *завдяки чийсь допомозі, підтримці*. У цьому реченні прийменник *завдяки* слід замінити на один з наступних: *через, в результаті, внаслідок*.

1.3. Вибір слів-понять з різним рівнем розподілу (конкретна і абстрактна лексика). Нариклад: *Пропонуємо повне лікування алкоголіків і інших захворювань*.

Якщо мова йде про захворювання, то слово *алкоголіки* варто було б замінити на *алкоголізм*. *Алкоголік* – це той, хто страждає на *алкоголізм*. *Алкоголізм* - *хвороблива пристрасть до вживання спиртних напоїв*.

1.4. Неправильне вживання паронімів. Наприклад: *Посольство Японії в Україні засвічує (замість засвідчує) свою повагу і має честь повідомити про Програму надання грантів. ... Посольство також висловлює прохання уважно познайомитись (замість - ознайомитись) з умовами і донести інформацію усім зацікавленим; Класична "економічна людина" найчастіше являється нам (замість - ми уявляємо класичну "економічну людину ") в образі підприємця, що максимізує прибуток.*

2. Лексична сполучуваність. При виборі слова слід враховувати не тільки значення, що йому властиве в літературній мові, а й лексичну сполучуваність. Далеко не всі слова можуть поєднуватися між собою. Межі лексичної сполучуваності визначаються семантикою слів, їх стилістичною належністю, емоційним забарвленням, граматичними властивостями тощо.

Наприклад: *Хороший керівник повинен у всьому показувати зразок своїм підлеглим.* Показувати можна приклад, але не зразок. А зразком може бути, наприклад, *для наслідування.* Наприклад: *Їх сильна, загартована в життєвих випробуваннях дружба, багатьма була помічена.* Слово дружба поєднується з прикметником *міцна - міцна дружба.*

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

3. Вживання синонімів. Синоніми збагачують наше мовлення, роблять його образнішим, яскравішим. У синонімів може бути різне функціонально-стилістичне забарвлення. Так, слова *"прорахунок", "помилка", "похибка"* - стилістично нейтральні, загальноновживані; *"хиба",*

"накладка" - просторічні; "оплошка" - розмовне; "ляп" - професійно-жаргонне.

Вживання одного з синонімів без урахування його стилістичного забарвлення може привести до мовної помилки. Наприклад: *Зробивши оплошку, директор заводу відразу ж став її виправляти.*

При використанні синонімів часто не враховується здатність кожного з них більшою чи меншою мірою вибірково поєднуватися з іншими словами. Розрізняючись відтінками лексичного значення, синоніми можуть виражати різний ступінь прояву ознаки, дії. Проте, навіть позначаючи одне й те саме, маючи здатність до взаємозамінювання в одних випадках, в інших синоніми замінюватися не можуть, оскільки це веде до мовної помилки. Наприклад: *Вчора мені було сумно.* Синонім "сумно" в цьому реченні на місці. Однак у реченні *Сумно я дивлюся на наше покоління* слово "сумно" має бути замінене на словосполучення "із сумом" *я дивлюся на наше покоління*.

4. Вживання омонімів. Завдяки контексту омоніми, як правило, розуміються правильно. Але все ж у певних мовних ситуаціях омоніми не можуть бути зрозумілі однозначно. Наприклад: *Екіпаж знаходиться у відмінному стані.* Екіпаж - це візок чи команда? Саме слово *екіпаж* вжито правильно. Але для розкриття змісту цього слова необхідно розширити контекст. До того ж, слово "знаходиться" слід замінити словом "перебуває".

Дуже часто до двозначності у мовленні (особливо усному) призводить вживання *омофонів* (слів, однакових за звучанням, але різних за написанням) і *омоформів* (слів, що збігаються за звучанням і написанням в окремих формах). Так що, вибираючи слова для будь-якої фрази, ми маємо звертати увагу і на контекст, який в деяких мовних ситуаціях покликаний розкривати зміст слів.

5. Вживання багатозначних слів. Включаючи в свою промову багатозначні слова, ми маємо дуже уважно стежити, чи добре зрозуміле саме те значення, яке ми хотіли розкрити в цій мовної ситуації. Під час вживання багатозначних слів, як і під час вживання омонімів, дуже важливий *контекст*, оскільки саме завдяки контексту буде зрозуміле те чи інше значення слова. І якщо контекст відповідає своїм вимогам (закінчений у смисловому відношенні відрізок мовлення, що дозволяє встановити значення назв слів або фраз), то кожне слово в реченні зрозуміле. Але буває й інакше. Наприклад: *Він вже розспівався*. Незрозуміло: чи він *"почав співати"*, *"захотівся"*; чи, *"проспівавши деякий час, почав співати вільно, легко"*.

6. Багатослівність. Трапляються такі види багатослів'я:

6.1. Плеоназм (від грец. *Pleonasmos* – "надлишок", "надмірність") - вживання в мові близьких за змістом і тому логічно зайвих слів. Наприклад: *Всі гості отримали пам'ятні сувеніри*. Сувенір - подарунок на пам'ять, тому пам'ятні в цьому реченні - зайве слово.

Різновидом плеоназмів є вирази типу *"дуже величезний"*, *"дуже малесенький"*, *"дуже прекрасний"* тощо. Прикметники, що позначають ознаку в його гранично сильному або гранично слабкому прояві, не потребують уточнення ступеня ознаки.

6.2. Використання зайвих слів. Зайвих не тому, що властиве їм лексичне значення виражено іншими словами, а тому, що вони просто не потрібні в цьому тексті. Наприклад: *Тоді про те, щоб ви могли посміхнутися, 11 квітня про це подбає книжковий магазин "Дружба"*. – До того ж, слово *"посміхнутися"* (негативне значення!) має бути замінене словом *"усміхнутися"*. *Про ваші усмішки 11 квітня подбає книжковий магазин "Дружба"*.

6.3. Тавтологія. (від грец. *Tauto-* "те ж саме", *logos* – "слово") – повторення однокореневих слів або однакових морфем. Тавтологічними помилками «рясніють» не тільки твори учнів, студентів середньоспеціальних і вищих навчальних закладів, а й газети і журнали. Наприклад: *Керівники підприємств налаштовані на діловий настрій. - Керівники підприємств налаштовані на рішучі дії.*

6.4. Розщеплення присудка. Це заміна дієслівного присудка синонімічним дієслівно-іменним сполученням: "боротися" – "вести боротьбу", "прибирати" – "проводити прибирання". Наприклад: *Учні вирішили провести прибирання шкільного двору.* Може бути, в офіційно-діловому стилі такі вирази доречні, але в повсякденній мовній ситуації краще: *Учні вирішили прибрати шкільне подвір'я.*

6.5. Слова-паразити. Такі слова засмічують мовлення, особливо усне. Це різноманітні частинки, якими мовець заповнює вимушені паузи, не виправдані змістом і структурою висловлювання: *ось, ну, це* тощо; слівця типу: *"чи знаєте", "так би мовити", "фактично", "взагалі", "чесно кажучи"* тощо. Але ця мовна помилка, що трапляється часто-густо в усному мовленні, іноді просочується і на сторінки друкованих видань. Наприклад: *У невеликих дешевих кафе (правильне кав'ярнях), ну, куди ходять люди зі свого кварталу, зазвичай немає вільних місць.*

7. Лексична неповнота висловлювання. Ця помилка за змістом протилежна багатослівності. Неповнота висловлювання полягає в пропуску необхідного в реченні слова. Наприклад: *Значення Купріна в тому, що нічого зайвого.* У Купріна, може, і немає нічого зайвого, але в цьому реченні не вистачає (і навіть не одного) слова. Або: *"... не допускати на сторінки преси і телебачення висловлювання, здатні розпалити міжнаціональну ворожнечу".* Так виходить – «сторінка телебачення». При виборі слова необхідно враховувати не тільки його семантику, лексичну,

стилістичну і логічну сполучуваність, але і сферу поширення. Вживання слів, що мають обмежену сферу поширення (лексичні новоутворення, застарілі слова, слова іншомовного походження, професіоналізми, жаргонізми, діалектизми), завжди мають бути вмотивовані умовами контексту.

8. Нові слова. Невдало утворені неологізми є мовними помилками. Наприклад: *А в минулому році на ямковий ремонт після весняного бездоріжжя було витрачено 23 тисячі рублів.* І тільки контекст допомагає розібратися: "ямковий ремонт" - це ремонт ям. До того ж, слово "рублів" має бути замінене словом "гривень".

9. Застарілі слова. Архаїзми – слова, які називають не існуючі реалії, а витіснені з якихось причин з активного вжитку синонімічні лексичні одиниці, - мають відповідати стилістиці тексту, інакше їх наявність буде недоречною. Наприклад: *Нині в університеті був день відкритих дверей.* Тут застаріле слово "нині" (*сьогодні, тепер, в даний час, на разі*) абсолютно недоречне. Серед слів, що вийшли з активного вжитку, виділяються ще й *історизми* – слова, що вийшли з ужитку в зв'язку зі зникненням понять, що ними позначалися: *сіряк, камзол, бурса, опричник, сатрап* тощо.

Помилки у вживанні історизмів часто пов'язані з незнанням їх лексичного значення. Наприклад: *Селяни не витримують свого важкого життя і йдуть до головного губернатора міста. "Губернатор"* - начальник якоїсь області (наприклад, губернії в царській Росії, штату в США). Отже, "головний губернатор" - нонсенс, до того ж у губернії міг бути тільки один губернатор, а його помічник називався "віце-губернатором".

10. Слова іншомовного походження. Зараз багато хто має пристрасть до іноземних слів, навіть не знаючи іноді їх точного значення.

Іноді контекст не приймає іноземне слово. Наприклад: *Робота конференції лімітується через відсутність провідних фахівців*. "Лімітувати" - встановити ліміт чогось, обмежити. Іноземне слово лімітувати в цій пропозиції слід замінити словами: йде повільніше, "уповільнюється" тощо.

11. Діалектизми. Діалектизми – слова або стійкі поєднання, які не входять до лексичної системи літературної мови і належать до однієї або декількох говірок української загальнонаціональної мови.

Діалектизми виправдані в художньому або публіцистичному мовленні для створення образних характеристик героїв. Невмотивоване ж використання діалектизмів говорить про недостатнє володіння нормами літературної мови. Наприклад: *Прийшла до мене шаберка і просиділа цілий вечір*. "Шаберка" - сусідка. Вживання діалектизма в цьому реченні не виправдане ані стилістикою тексту, ані метою висловлювання.

12. Розмовні та просторічні слова. Розмовні слова входять до лексичної системи літературної мови, але вживаються переважно в усному мовленні, головним чином у сфері повсякденного спілкування. Просторіччя – слово, граматична форма або зворот переважно усного мовлення, що вживаються в літературній мові зазвичай з метою зниженої, грубуватої характеристики предмета мовлення, а також проста невимушена мова, яка містить такі слова, форми і звороти.

Розмовна і просторічна лексика, на відміну від діалектної (обласної), вживається в мовленні всього народу. Наприклад: *У мене зовсім худа куртка*. "Худий" (розм.) – "дірявий", "зіпсований" ("худий чобіт"). Помилки виникають в тих випадках, коли вживання розмовних і просторічних слів не мотивовано контекстом.

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

невмотивоване перенесення професіоналізмів до загальнолітературної мови небажане. Такі професіоналізми, як *"пошити"*, *"пошиття"*, *"заслухати"* та інші, псують літературну мову. За обмеженістю вживання і характером експресії (жартівливої, зниженої тощо) професіоналізми схожі із *жаргонізмами* і є складовою частиною *жаргонів* - своєрідних соціальних діалектів, властивих професійним або віковим групам людей (жаргони спортсменів, моряків, мисливців, студентів, школярів). Жаргонізми - це розмовно-побутова лексика і фразеологія, наділена зниженою експресією, що характеризується соціально обмеженим вживанням. Наприклад: *Хотів запросити на свято гостей, так халупа не дозволяє. "Халупа"* - будинок.

14. Кліше і штампи. Канцеляризми.

Канцеляризми – слова і вирази, вживання яких закріплено за офіційно-діловим стилем, але в інших стилях мови вони недоречні, є *штампами*. Наприклад: *Має місце відсутність запасних частин*. Правильне – *Запчастини відсутні*.

Штампи – це усталені вислови з "потьмянілим" лексичним значенням і стертою експресивністю. Штампами стають слова, словосполучення і навіть цілі речення, які виникають як нові, стилістично виразні мовні засоби, але в результаті занадто частого вживання втрачають первинну образність. Наприклад: *При голосуванні піднявся ліс рук*.

Різновидом штампів є *універсальні слова*. Це слова, які вживаються в найзагальніших і невизначених значеннях: *"питання"*, *"завдання"*, *"підняти"*, *"забезпечити"* тощо. Зазвичай універсальні слова супроводжуються трафаретними додатками: *робота* – *"повсякденна"*, *рівень* – *"високий"*, *підтримка* – *"гаряча"*. Численні публіцистичні штампи (*трудівники полів, місто на Дніпрі*), літературознавчі (*хвилюючий образ, гнівний протест*).

Кліше – мовні стереотипи, готові звороти, що використовуються як легко відтворений за певних умов і контекстів стандарт, - є конструктивними одиницями мови і, незважаючи на часте вживання, зберігають свою семантику. Кліше використовують в офіційно-ділових документах (*зустріч на вищому рівні*); в науковій літературі (*потрібно довести*); в публіцистиці (*наш власний кореспондент повідомляє з*); в різних ситуаціях розмовно-побутового мовлення (*Добридень! До побачення! Хай щастить!*)

Отже, з вищевикладеного можна зробити висновок: неточності, надмірність, недоречність, неправильне емоційне забарвлення, ось що повинен шукати і виправляти в своєму мовленні кожна культурна, мисляча людина.

Список використаних джерел

1. Дементієвська Н.П., Морзе Н.В., Проектування, створення та використання навчальних мультимедійних презентацій як засобу розвитку мислення учнів. Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/ITZN/em2/content/07dnpsts.html>

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

3. Лавренюк В.В., Вакарчук В.О. Оратор і аудиторія: контакт, вплив, взаємодія // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації. Зб. М-лів II Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса,

24-25 березня 2016 року /під заг ред. В.Г. Спрінсяна. Одеса: ОНПУ, 2016. С. 455-461.

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

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

6. Нісімчук А.С., Падалко О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник. К.: Видавничий центр «Просвіта», «Книга пам'яті України». 2000. 368 с.

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

8. Туркот Т.І. Педагогіка вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К. : Кондор, 2011. 628 с.

9. Українська мова за професійним спрямуванням: Практикум: навч.посіб. / Т.В. Симоненко, Г.В. Чорновол, Н.П. Руденко. К. : ВЦ «Академія», 2009. 272 с.

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

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

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Любов Вербовська

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ПРИМОРСЬКОЇ РАЙОННОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ ОДЕСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

У роботі розкрито значення інформаційний супровід райадміністрація; установлення поняття анформаційний супровід; конкретизовано компоненти інформаційного супроводу Приморської районної адміністрації Одеської міської ради.

Ключові слова: інформація, інформаційний супровід, виконавчий орган.

В работе раскрыто значение информационное сопровождение райадминистрация; установление понятия анформацийный сопровождение; конкретизированы компоненты информационного сопровождения Приморской районной администрации Одесского городского совета.

Ключевые слова: информация, информационное сопровождение, исполнительный орган.

The work reveals the importance of information support of the district administration; the establishment of the concept of anformational accompaniment; The components of the information support of the Primorsk region of the Odessa city council administration are concretized.

Keywords: information, information support, executive agency.

Основною роллю райадміністрації виступає робота з громадянами міст, а саме: надання адміністративних послуг її структурними підрозділами та територіальними підрозділами центральних органів виконавчої влади через Центр надання адміністративних послуг Одеської міської ради. Тому поняття «інформаційний супровід» в приморській райадміністрації виступає як інформаційний продукт для споживача.

Вивченням інформаційного супроводу займалися багато вчених, серед яких можна виділити: Е.А. Капітонова Н.В. Лазуренка, М.І. Дзялошинську, О.А. Бурдуковську, Н.А. Лебедеву та інші. Водночас можна зауважити, що розвиток державних органів влади саме в інформаційному аспекті залишається недостатньо вивченим.

Мета статті – дослідити специфіку інформаційного супроводу Приморської районної адміністрації (ПРА) Одеської міської ради.

Аналіз довідково-інформаційної літератури надав нам можливість встановити, що поняття «інформаційний супровід» не має чіткого визначення, оскільки науковці часто його використовують у різних значеннях.

Так, наприклад Е.А. Капітонов розглядає дефініцію «інформаційний супровід» як організований процес, що має на увазі роботу із засобами масової інформації, формування інформаційних приводів, організацію певних заходів, за підсумком яких проводиться аналіз і підводяться підсумки [4].

У свою чергу Н.В. Лазуренко [5] визначає даний термін як процес поширення інформації про цілі та заходи з використанням різних засобів, звернене до кола зацікавлених осіб.

М.І. Дзялошинська говорить про те, що інформаційний супровід орієнтується на максимально повне надання інформації про якийсь об'єкт, явище, подію, їх опис і пояснення [1]. Дослідниця розглядає інформацію як дані, які організовані певним чином, та збираються для вирішення поставленої мети і відповідних їй завдань, «інформація допомагає приймати осмислені рішення, які спираються на знання стану справ і пояснень того, що відбувається».

Під час організації інформаційного супроводу основну увагу потрібно приділити передачі інформації і отриманню зворотного зв'язку.

В аспекті нашого дослідження під поняттям інформаційний супровід в Приморському райадміністрації ми розуміємо, що інформаційний супровід являє собою систематичний і цілеспрямований процес створення ефективної комунікації, надання інформації цільовій групі, зацікавленої в отриманні інформації

У перші роки коли Україна стала незалежною, не було нормальної моделі управління місцевою владою, яка б задовольняла б усі політичні сили. Тому концепція влади постійно змінювалась. Це і дало перший поштовх для створення інституту державної адміністрації.

Інформаційний супровід районної адміністрації та органів державної влади регламентний низкою законодавчих актів передусім Законом України [2] « про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації».

Не є винятком у цьому відношенні і Конституція України, яка, відображаючи прагнення українського народу на розвиток та зміцнення держави, закріпила принцип, згідно з яким в Україні визнається та гарантується місцеве самоврядування [3].

Аналогічно вирішує це питання і ч. 2 вказаної статті, яка визначає основні повноваження органів місцевого самоврядування так званого вторинного рівня, тобто районних і обласних рад, які, крім питань, передбачених цією нормою, можуть також вирішувати й інші питання, віднесені до їх відання.

Можна виділити основні принципи, відповідно до яких здійснюється делегування повноважень: законності, поєднання місцевих і державних інтересів, виборності, державної підтримки та гарантії місцевого самоврядування, колегіальності.

Пояснимо, принцип законності полягає у тому що, всі органи та посадові особи місцевого самоврядування мають діяти, приймати відповідні рішення в межах Конституції України і законів України, дотримуватися положень чинного законодавства, втілювати їх у життя, забезпечує реалізацію прав і свобод громадян, захищати інтереси територіальної громади.

Принцип поєднання місцевих і державних інтересів заключається у тому, що при розв'язанні питань місцевого значення територіальною громадою чи органами та посадовими особами місцевого самоврядування необхідно брати до уваги як місцеві, так і загальнодержавні інтереси.

Вибори органів і головних посадових осіб місцевого самоврядування є вільними та відбуваються на основі загального, рівного й прямого виборчого права таємним голосуванням, що розглядається у принципі виборності.

Не менш важливим виступає принцип державної підтримки та гарантії місцевого самоврядування. Так держава з метою розвитку демократичних засад організації суспільства, підвищення ефективності управління, залучення населення до вирішення питань місцевого та державного значення організаційними, правовими, матеріально-фінансовими засобами сприяє становленню й розвитку місцевого самоврядування, створюючи відповідні гарантії для такої політики.

У свою чергу принцип колегіальності виявляється у тому, що органи місцевого самоврядування та їхні виконавчі структури мають обговорювати питання, приймати рішення, що належать до їхньої компетенції, колегіальне, зважаючи на різні думки, погляди, позиції, права меншості.

Райадміністрація є виконавчим органом Одеської міської ради і створюється їм з метою реалізації функцій місцевого самоврядування на території відповідного адміністративного району міста Одеси, згідно Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні». Компетенції рай адміністрації визначені Положенням про Приморської районної адміністрації

Одеської міської ради, затвердженого рішенням Одеської міської ради від 28.02.2011г. №384-VI «Про погодження матеріалів Положення про виконавчі органи Одеської міської ради».

Під час переддипломної практики ми мали можливість встановити, що компетенція Приморської районної адміністрації Одеської міської ради складається з таких компонентів:

- підготовка пропозицій щодо складання планів і програм соціально-економічного та культурного розвитку міста, цільових програм з інших питань місцевого самоврядування, організовує їх виконання. Надання виконкому звітів про хід і результати їх виконання;

- розробка програми соціально-економічного розвитку району, цільових програм з інших питань місцевого самоврядування в межах своєї компетенції, організація їх виконання. Надання виконкому звітів про хід і результати їх виконання;

- забезпечення економічного і соціального розвитку території району, ефективного використання природних, трудових і фінансових ресурсів;

- складання балансів фінансових і трудових ресурсів, грошових доходів і витрат, необхідних для управління соціально-економічним і культурним розвитком району;

- залучення на договірних засадах підприємств, установ і організацій незалежно від форм власності, до участі в комплексному соціально-економічному розвитку району, координація зазначеної роботи на території району;

- розміщення на договірних засадах замовлень на виготовлення продукції, виконання робіт, надання послуг, необхідних для населення району, на підприємствах, в установах і організаціях;

- організація на території району діяльності комісії з проведення перепису населення;

- сприяння діяльності органів державної статистики та контролю, передача та отримання від них відомостей, передбачених чинним законодавством України.

Отже, інформаційний супровід Приморської районної адміністрації повинен орієнтуватись на повне надання інформації і на отриманні зворотного зв'язку. Так як райадміністрація це маленький гвинт державної установи, вона повинна бути повністю інформаційно доступна для громадян міста, а це залежить від того наскільки будуть широкими і реальними повноваження органів влади і в якому напрямку розвиватиметься законодавство України.

Список використаних джерел

1. Дзялошинська М.І., Дзялошинский І.М. Від інформаційного супроводу до інформаційного партнерства // Питання теорії і практики журналістики. 2015. Т.4. № 4. С.349–365.

2. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.1997 р.

3. Конституція України від 28 червня 1996 р. Х. : ТОВ «Одіссей», 2006. 48с.

4. Капітонов Е.А. Організація служби зв'язків з громадськістю. Ростов н / Д., 1997 77 с.

5. Лазуренко Н.В., Подпорінова М.М. Інформаційний супровід сімейної політики в муніципальній освіті, 2014. №10. С. 124–126.

Анастасія Афанасьєва

Полтавський національний технічний університет

імені Юрія Кондратюка

Полтава, Україна

РОЛЬ ВЕБ-САЙТУ У ДІЯЛЬНОСТІ ДИТЯЧОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті досліджуються питання позиціонування дитячого навчального закладу в інформаційному просторі за допомогою веб-сайту. Розглянуто сутність, переваги та функції сайту як засобу комунікації ДНЗ.

Ключові слова: веб-сайт ДНЗ, комунікація ДНЗ, інформаційний простір.

В статье исследуются вопросы позиционирования детского учебного заведения в информационном пространстве с помощью веб-сайта. Рассмотрены сущность, преимущества и функции сайта как средства коммуникации ДУЗ.

Ключевые слова: сайт ДУЗ, коммуникация ДУЗ, информационное пространство.

The article examines the positioning of the child school in the information space using the website. The essence, advantages and functions of the site as a means of communication of the child school are considered.

Keywords: site of the audio-visualization child school, communication of the audio-production system, information space.

Починаючи з 60-х років ХХ століття суспільство розвивається на шляху інформатизації, тобто основними ознаками якісними параметрами є особлива роль знань і технологій, домінування інформації, пришвидшення технічного прогресу, зменшення частки матеріального виробництва у валовому суспільному продукті, розвиток сфери послуг, підвищення якості життя [4].

Інформаційні технології вносять зміни і в роботу органів освіти. Вони набагато покращують і вдосконалюють роботу різних установ, зокрема дитячого навчального закладу (ДНЗ), допомагають налагодити

комунікацію керівництва, вихователів, психолога, медичних працівників із батьками, а також значно підвищують імідж організації.

Молоді батьки є представниками нового покоління, яке користується Інтернетом для повсякденних потреб. Дитячим садочкам дуже важливо відповідати сучасним стандартам – виглядати в очах клієнтів (батьків) прогресивно. У цьому якнайкраще допомагає створення веб-сайту ДНЗ.

Що ж таке веб-сайт та у чому його переваги для ДНЗ?

Як відомо, веб-сайт – це сукупність логічно зв'язаної гіпертекстової, текстової, медійної (картинки, відео, аудіо) інформації, оформленої у вигляді окремих сторінок і доступної в мережі Інтернет [2].

Веб-сайт дитячому навчальному закладу необхідний як і будь-якому бізнесу, але з урахуванням специфіки даного виду організації. Тому слід окреслити переваги створення веб-сайту для ДНЗ.

1. **Заохочення нових клієнтів.** Пошук в Інтернеті – найпростіший спосіб для молодих батьків знайти найкращий садочок, розташований ближче до місця проживання. Завдяки матеріалам розміщеним на веб-сайті батьки можуть ознайомитися із організацією у ДНЗ навчального процесу та дозвілля дітей.

Ймовірність того, що діти потраплять до садочку, який має власний сайт, сьогодні досить велика тільки тому, що батьки знайдуть його набагато швидше, особливо, якщо мова йде про велике місто з чималою кількістю дитячих садочків у районі проживання.

2. **Комунікація з батьками та колегами.** На сайті можлива публікація новин, фотографій та відео, розкладу подій, оголошень, методичних рекомендації від вихователів, психолога, медичних працівників (а для спеціалізованих ДНЗ також реабілітологів, логопедів, окулістів та інших лікарів), інформації про групи і вихователів, організація форуму для спілкування батьків та обговорення нагальних питань.

3. Демонстрація досягнень ДНЗ, педагогічного складу та дітей, які навчаються у садочку. У цьому розділі можуть бути представлені грамоти та дипломи вихователів, нагороди, роботи талановитих дітей, випускників тощо. Тобто, веб-сайт – це відзеркалення успішності дошкільного навчального закладу.

4. Залучення спонсорів, а також звітування про використання спонсорських та бюджетних коштів.

5. Заохочення вихователів до активного використання інформаційних технологій. Це необхідно для обміну досвідом, інформування щодо роботи профспілкового комітету, консультування тощо.

Важливим аспектом є можливість обміну досвідом між вихователями та методистами різних дитячих садків міста та України загалом. На сайті у вільному доступі публікуються актуальні розробки занять, ігор, сценарії свят, методичні рекомендації, бюлетені інформування батьків та інша цікава інформація, що може бути використана у роботі ДНЗ. Проте, слід пам'ятати, що усі матеріали опубліковані на офіційному сайті навчального закладу є об'єктом авторського права.

6. Підвищення іміджу установи. Існує певний стереотип: якщо у вас є сайт, ви маєте більше переваг, а його відсутність означає, що керівництво закладу не відповідає сучасним вимогам. Сайт продемонструє усім бажаючим рівень дитячого навчального закладу. Це виглядає сучасно та корисно в очах молодих батьків і колег. Саме тому грамотно структурований сайт сприятиме процвітанню вашого дитячого садочка.

Звісно, наявність сайту аж ніяк не гарантує повну комплектацію груп. Дитячий садочок має мати класичні переваги: кваліфікованих педагогів, відремонтовані приміщення, якісні іграшки, інвентар тощо. Наявність сайту аж ніяк не зможе перевершити недоліки професійної та

технічної бази. Однак, гарна репутація, підсилена якісним сайтом, безсумнівно, працюватиме на користь установи.

Слід зазначити, що до основних функцій сайту, названих вище, можна також віднести:

- 1) інформативну – надання відкритого доступу до інформації і створення умов для інформаційного обміну;
- 2) інтеграційну – реалізація внутрішньосистемних зв'язків;
- 3) комунікаційне – підтримка зв'язків «всередині», а також із «зовнішнім» інформаційним простором;
- 4) координуючу – сайт має властивість фіксувати і представляти у взаємозв'язку контент, адресований різним суб'єктам;
- 5) розвивальну – пов'язана з розвитком інтелекту, особистих творчих якостей;
- 6) культуроформуючу – в контексті формування культури і, зокрема, інформаційної культури [3].

Отже, Інтернет є досить потужним сучасним засобом, що дозволяє значно розширити аудиторію відвідувачів, а сайти, окрім інформаційного та комунікаційного призначення, виконують також іміджеву функцію і підвищують престиж ДНЗ.

Список використаних джерел

1. Буряк О. О., Саприкіна Т.Г. Значення веб-сайтів навчального закладу задля формування єдиного інформаційного освітнього простору. *Тенденції розвитку вищої освіти в Україні: європейський вектор*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Ялта (20-21 березня 2014 року). Ялта, 2014. Ч. 1. С. 48 – 52.

2. Веб-сайт: визначення й застосування. URL: <http://www.webtec.com.ua/website> (дата звернення: 09.03.2019).

3. Инькова Н. А., Зайцева Е. А., Кузьмина Н. В, Толстых С. Г. Создание Web-сайтов : учеб.-метод. пособ. URL: <http://club-edu.tambov.ru/methodic/fio/p5.doc>. (дата звернення: 09.03.2019).

4. Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций. *Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение»*, 2009. URL:http://zpujournal.ru/ezpu/2009/4/Kostina_Information_Society. (дата звернення: 09.03.2019).

**Dildora Sotvoldiyeva,
Bahodir Turg'unov
Ferghana branch of the Tashkent University of Information Technologies
Ferghana, Uzbekistan**

NEW TECHNOLOGIES IN BUSINESS

Эта статья посвящена развитию современных веб-технологий, важности веб-технологий в современных экономических системах, проблемах, с которыми они сталкиваются, и аппаратному обеспечению, которое они используют.

Ключевые слова: Интернет, интернет-магазины, онлайн-продажи, платформы электронной коммерции, навыки программирования, поле обзора 360 градусов.

This article focuses on the development of modern web technologies, the importance of web technologies in modern economic systems, the problems they face, and the hardware they use.

Keywords: Internet, online shopping, online sales, e-commerce platforms, programming sphere, 360-degree field of view.

Modern technologies play an important role in the development of business. Many foreign and local companies are introducing IT into their organizations.

The Internet and mobile technologies are transforming the lives of real estate professionals by challenging long-held assumptions about the business. A new generation of agents is eager to find an advantage from their familiarity and comfort with MP3 players, online video and other staples of the digital age.

Today's agents tote Treos and tablet PCs. They buy specialized software packages to build Web sites with video tours, audio clips and even video

podcasts. And if they haven't yet ventured into the world of multimedia, they are probably feeling the pressure from upstart agents who make every effort to connect with today's homebuyers and sellers looking to the Web for a growing list of information, goods and services.

"Homeowners and consumers are more and more tech-savvy, and they're looking for agents who are capable of using technology," says Rusty Lindquist, vice president of agent products at a la mode, a provider of real estate software. "It's causing the more traditional agents to change.

Consider Charles and Jennifer Turner, Realtors with Prudential Northwest Properties. Their technological arsenal includes:

- Individual tablet PCs for displaying and retrieving documents and other computing tasks. "The client's signature directly on the screen is as good as a signature on paper," says Turner.

- A portable printer.
- Treo 650 smartphones that display listings and photos.
- Internet-based fax numbers.
- Proprietary real estate software.

"We don't have to carry files with us or get stuck not having the right paperwork with us," says Charles Turner. "We have a desktop, but the vast majority of our work is done on the tablets.

The Turners also maintain the Portland Real Estate Blog, where they cover everything from square-footage rates for condos to how to serve as your own general contractor.

If this sounds excessive, consider how most people start their search for a home online. Numbers vary, but Realtors estimate three out of four homebuyers make the Internet their first stop. Buyers go online to community message boards, local blogs and even Google Earth, which allows computer users to get a bird's-eye view of a neighborhood before contacting an agent.

The changes in the field have led to opportunities "for a whole new generation of real estate agents", says Lindquist. Real estate can be "an appealing path if you're looking for a technically engaging way to have a career. This new breed is looking at the market and seeing a way to utilize technology in their careers. The real estate industry is becoming this high tech field, and it wasn't viewed that way before.

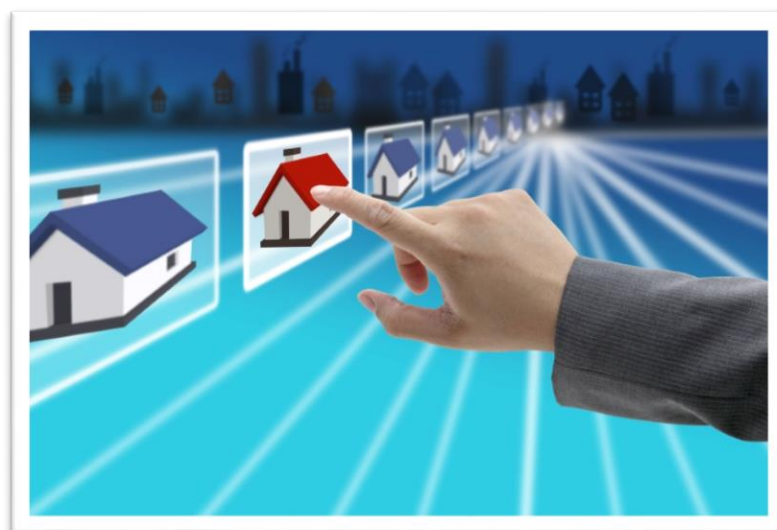


Figure – 1. The real estate industry

In fact, some agents mainly focus on technology. "They really specialize in innovative technology marketing of a listing," says Lindquist [1].

Todd Ernst of Keller Williams Realty not only works as a Realtor but also serves as technology director for Keller Williams in the Michigan/Northern Ohio region. When he seeks to list a home, he registers a domain name for the property based on its address, then creates a preliminary version of a Web site to demonstrate the technology's marketing power. Once a home is listed, he will hang a rider below its For Sale sign with the home's Web site address.

With a la mode's software for real estate Web sites, an agent can now take video of a property and upload it to allow home buyers to view it as a video podcast. Listings can also be linked to Google Earth. "There's a demand for

agents to deliver richer and richer multimedia experiences when it comes to presentation of a property", says Lindquist. "When an agent goes into a listing presentation with someone wanting to sell a home, that agent needs to show they can market the home powerfully online. If they can't, it's a gaping hole.

New York commercial real estate projects are marked by fierce competition. Every real estate company tries to attract multinational companies to their projects. The latter examines a number of factors before signing on as a tenant. For real estate firms, every transaction means millions of dollars as revenue. This is why they are keeping no stone un-turned to attract paying tenants. Virtual Reality or VR is now increasingly playing a vital part in this matter [2].



Figure – 2. VR Glasses

One VR company, VirtualAPT, a startup, has utilized its proprietary software and its unique camera to craft 360 degree tours and videos for brokerage companies. The technology has been used for retail spaces and residential apartments. The virtual reality company has discovered that simply adding light fixtures and built-ins through virtual reality is not much effective in case of apartments. For commercial spaces, this is a wholly different story. It is

extremely hard to envisage what the space would look like if inhabited. The new technology provides a life like experience to commercial raw space.

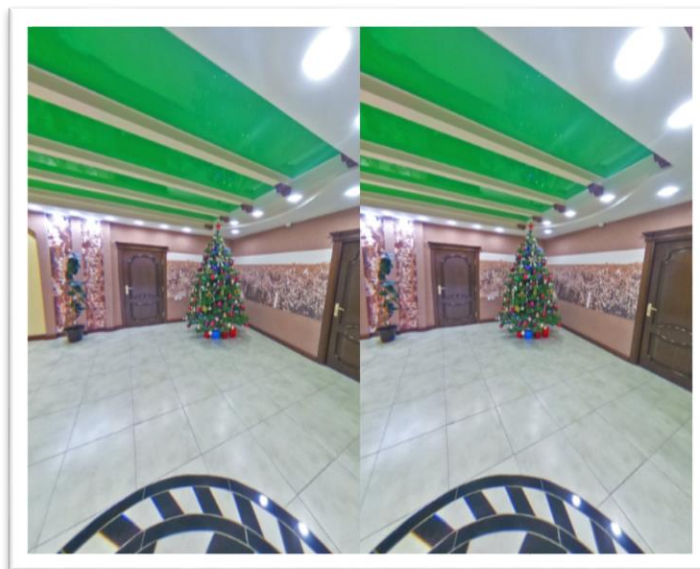


Figure – 3. View from VR glasses

Brokers are using a virtual reality walk in experience for a number of addresses, including ultra-posh ones like as in Williamsburg. The beauty of this technology is that prospective tenants can put goggles on and enjoy what it means to be present on the floor after the building gets completed and the concerned office totally fitted out. This VR works even when the building is yet to exist in the real world, and is just after the planning stage [3].

Architects are also using the VR technology to their fullest advantage. They are going all out to ensure that the prospective tenants could go through the real estate offering even if nothing exists at present in the real world. It is all about linking the empty floors to the correct audience. Prospective tenants are already changing the interior design in virtual reality to make it as they want it to be. To give an example, one client has changed the primary color decorated lobby into a bright white interior. The set up was complemented by rotating photo mural and blonde wood.

Many architects are making mock-ups of available space where CAD or computer aided design drawings were first tweaked and then handed to a VR company. Prospective tenants can now stand in particular spots on each floor of the virtual building, and watch the empty spaces being decorated with renderings of modern chairs and desks. The level of detail is astonishing down to the windows and the floor.

Development of web made easier using internet, moreover it impact on other spheres of our society. Education system became really simple department of our civilization. Nowadays people may study in online courses and take diplomas and certificates of the best universities of the world like Oxford, Harvard, Cambridge and others.

Internet network is becoming the most significant communication system among offer and demand in modern tourism. With the help of the Internet, there is an opportunity for all operators in tourism industry to successfully promote and sell services and products and to act in accordance with desires and needs of modern consumers. In modern travel agencies business, the Internet has proven as a really effective remedy for attract people to spheres tourism and sales, so distribution of products and services no longer depends on the quantity of printed catalogues and brochures, but information on tourism products and services can reach millions of Internet users, and overbooking has become almost impossible because all communication problems have been removed. Marketing activities occupy an important place in the business strategies of modern travel agency, where the Internet has recently become an essential part of media planning. It could be concluded that modern Internet technologies help travel agencies in creating a unique identity, increasing efficiency and developing value-added services.

According to internet market data, online sales via B2B and B2C e-commerce have not only expanded the reach and volume of traditional

wholesale and retail trade but have also changed entire business infrastructures across various industries. The reach of online commerce has also enabled small and independent business owners to pursue their business ventures across local borders. Market data suggests a steady growth of global digital buyer penetration. Online shopping is not the only way of making money via the internet – statistics suggest a growth of digital content sales via e-commerce platforms such as iTunes, Google Play or Steam as well as the vast market of online advertising and marketing. Global companies such as Google, Amazon and BAIDU generate the majority of their revenues via online services.

Whereas the majority of internet access used to be via a fixed-line connection to a desktop PC, the growth of mobile technologies such as Wi-Fi and laptops as well as mobile devices such as smart phones and tablet computers have completely changed the online landscape. In countries with weak technological infrastructures, mobile internet has enabled people to access the web and to participate in the global information exchange. Notable examples are mobile banking and the ability to provide people with a global platform in order to broadcast their issues during times of unrest and crisis such as the Arab Spring movement. During national and global disasters such as Hurricane Sandy, Fukushima or Typhoon Yolanda, online services such as Google and Twitter have formed crisis response portals in order to co-ordinate and support rescue efforts.

Today, surveys indicate that daily internet usage plays a significant role in the everyday lives of consumers in the connected world [4].

Briefly, public can use many open source systems to aid in web development. To exemplify my idea I have to write about a lot of web sites which help people how to use internet, how to make available online agreements and other possibilities of network. This has kept the cost of learning web development to a minimum. Another contributing factor to the growth of the

industry has been the rise of web-development software, most prominently Adobe Dreamweaver, Code lobster and other code writing programs. People, who use such software, can relatively quickly learn to develop a very basic web page. Knowledge of Hypertext Mark-up Language (HTML) or of programming languages is still required to use such software, but the basics can be learned and implemented quickly with the help of video lessons, technical books, internet tutorials, or training with teacher face-to-face.

It is noticeable, that programs like Adobe Dreamweaver and Code lobster made available create web sites to people who aren't programmer. They can easily type codes even they don't know correct form of this codes. Programs, explained above include all of codes which used in programming. You should only put them to correct places. Moreover creation of methods like Word press was really great increase in programming sphere. This technology can easily make web side. You should only choose design, interactive services and replace all of gadgets according to your test. Nothing seek nothing find. Therefore, this isn't the end of development of web technologies. I personally believe that future would be more easy and attractive than our imagination.

In photography, a 360-degree camera is a camera with a visual field of the entire sphere or simply a camera with the ability to capture a 360-degree field of view in the horizontal plane. Such cameras are a highly appreciated in instances when large visual field coverage is desired, such as in robotics or panoramic photography.

Most cameras have a field of view that ranges from a few degrees to almost 180 degrees or sometimes slightly larger than this. It implies that such cameras have the ability to capture the light falling onto their focal points through a sphere. On the contrary, a 360-degree camera covers a full sphere and has the ability to capture light falling from all directions onto the focal point. In actual application, however, most 360 degrees cameras can cover almost a full

sphere along the equator, but with the exclusion of the bottom and top of the sphere. Should they cover the full sphere, including the top and the bottom, the rays will not meet at a single focal point.

360 degrees cameras have a wide range of applications and as they continue to get developed and get more advanced, other usages are being invented with every rising of the sun. Currently, the following are some of the most renowned applications of the 360-degree omnidirectional cameras:



Figure – 4. Panoramic photo

Before the advent of 360-degree omnidirectional cameras, panoramic photography involved stitching shots taken at different angles into one shot. This kind of stitching, however, was computationally intensive and the final quality of the shot was not guaranteed due to various deficiencies which characterized the whole process. In contrast, a 360-degree camera can be used to create panoramic images or videos in real time, without the need of stitching or further processing and still providing high quality results.

Virtual Reality is a growing industry. PC and specialized hardware are getting better, faster and cheaper because of development in VR. In the past, computing power has doubled approximately every 18 months. If this is the case then we should have a computer powerful enough to run immersive VR programs in our own homes by the year 2037.

VR is a conceptual idea, not some products with the specified definition. There are many people who have no idea about what is VR; however, they will understand it very quickly when seeing a famous product. This is so this is VR technology. The concept of VR appeared a long time ago; however, it is until now when it comes into people's sight. In this blog, we introduced VR from every aspect.

List of reference

1. Tomson Laura Learning PHP beginners. 2006
2. «8 reasons consumers like to shop online – cater to them for online retail success» posted by Gilon Miller on february 14, 2012.
3. www.all360.uz/
4. [http:// www.pxleyes.com](http://www.pxleyes.com)

Інна Кірчук,

Наталя Масі

Одеський національний політехнічний університету

Одеса, Україна

HR-МЕНЕДЖМЕНТ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто специфічні особливості організації роботи з підбору кадрів на підприємстві аграрної сфери діяльності, наведено аналіз проблем вітчизняного агробізнесу та шляхів їх подолання на сучасному етапі розвитку.

Ключові слова: специфіка управління персоналом, аграрна сфера, вдосконалення процесу управління персоналом, розвиток агровиробництва.

В статье рассмотрены специфические особенности организации работы по подбору кадров на предприятии аграрной сферы деятельности, приведен анализ проблем отечественного агробизнеса и путей их преодоления на современном этапе развития.

Ключевые слова: специфика управления персоналом, аграрная сфера, совершенствование процесса управления персоналом, развитие агропроизводства.

The article deals with specific features of organization of work on selection of personnel at the enterprise of agrarian sphere of activity, the analysis of problems of domestic agribusiness and ways of their overcoming at the present stage of development are presented.

Keywords: specifics of personnel management, agrarian sphere, improvement of personnel management process, development of agricultural production.

Агробізнес – це один з найскладніших напрямів державного економічного сектору, де менеджери HR-відділу покликані забезпечити успішний розвиток свого підприємства шляхом прискіпливого підбору кваліфікованих спеціалістів, здатних виконувати потрібні професійні завдання.

Існує такий вислів, що працівники агроіндустрії працюють з трьома живими організмами: землею, рослинами і людьми. І ще невідомо, ким

керувати важче. Ця сфера не проста, потребує широких знань, гнучкості розуму працівників у пошуку рішень. Талановиті співробітники – основа успіху будь-якої компанії. Кадрове питання для агропромисловості стоїть особливо гостро, адже ринок праці в аграрному секторі достатньо специфічний, для нього характерний дефіцит професійних кадрів.

В Україні є потужні ресурси щодо розвитку аграрної сфери. А ефективність аграрного виробництва, конкурентоспроможність продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках залежать від рівня забезпечення, використання кадрового потенціалу та застосування науково обґрунтованих методів управління ним. Формування високопрофесійного, стабільного та оптимального збалансованого апарату управління виступає стратегічним завданням кадрової політики як на рівні окремого господарства, так і держави в цілому. Саме тому зараз розвивається комплекс заходів щодо удосконалення та реформування системи управління в аграрному секторі. Це передбачає передусім удосконалення методів управління шляхом впровадження тих, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності аграрного сектору, а також відповідають міжнародним стандартам менеджменту та вимогам .

Метою дослідження є аналіз процесу управління персоналом на підприємстві аграрної сфери на сучасному етапі розвитку суспільства.

Завдання: визначити роль процесу управління персоналом в організаціях аграрного сектору; охарактеризувати особливості персоналу аграрних підприємств; проаналізувати проблеми розвитку вітчизняного агробізнесу.

На даному етапі розвитку сільське господарство України характеризується трансформаційними процесами, пов'язаними зі змінами форм господарювання, збільшенням частки підприємств, створенням принципово нових сільськогосподарських формувань. Переважна

більшість підприємств аграрної галузі значно зменшила обсяги виробництва, змінила спеціалізацію, що обумовило потребу у сумісництві посад окремих спеціалістів та фахівців і загострило проблему ефективного використання наявного робочого персоналу. Загальновідомим є той факт, що побудова ефективної системи управління персоналом, достатня забезпеченість підприємства працівниками справляє позитивний вплив на основні економічні показники їх діяльності, такі як: продуктивність праці, прибуток, рентабельність тощо [1, 68].

Чимало науковців та управлінців шукає шляхи ефективнішої організації праці та управління нею задля досягнення найкращих результатів. Отже, управління персоналом є однією з найважливіших сфер діяльності організації, що може багаторазово підвищити ефективність будь-якого виробництва.

Управління персоналом здійснюється в межах організаційних структур, через які реалізується планомірний і систематичний вплив на поведінку членів колективу організації та відносини між ними.

Ці структури мають сприяти ефективному управлінню персоналом і всією організацією через механізм взаємодії принципів і засобів управління. Щодо сказаного вище влучно висловився Бенджамін Франклін: «Добре виконане завжди краще, ніж добре сказане» [4].

Кожне підприємство характеризується особливостями діяльності, ставить перед собою специфічні цілі, а кожен працівник має свої цінності й установки.

Крім того, зовнішнє середовище, в якому функціонують підприємства, постійно змінюється, як і показники, що характеризують його персонал.

Отже, доцільним є формування такої системи управління персоналом, яка враховувала б особливості діяльності саме аграрного підприємства [2].

Головна мета управління персоналом полягає в забезпеченні підприємства працівниками, які відповідають усім вимогам, а також їхньої професійної та соціальної адаптації.

Аграрні підприємства можуть істотно відрізнитися за професійним складом своїх працівників, що зумовлено їх різною спеціалізацією та неоднаковим ступенем диверсифікації виробництва. Результати діяльності аграрної організації значно залежать від кваліфікації персоналу, яку можна визначити як ступінь підготовленості кожного працівника до виконання ним професійних обов'язків (функцій).

Нині в Україні існують багато проблем, які заважають розвитку агробізнесу. На думку Сергія Короленко, директора департаменту з роботи з персоналом корпорації «Сварог Вест Груп», можна виділити такі: трудова імміграція, ринок професій та проблеми усвідомленого вибору, проблеми системи професійно-технічної освіти.

Проблема трудової міграції спільна і для аграрного сектора, і для промисловості, і для країни загалом. Сьогодні питання стоїть дуже гостро: якщо Україна не стане ефективною державою, трудолюбиві та освічені люди будуть виїжджати за кордон. Таке вже відбувається – громадяни нашої країни є другою по чисельності групою жителів у таких країнах, як Польща, Чехія, Італія, Німеччина тощо. При цьому, Польща проявляє особливу активність щодо залучення та адаптації української молоді: вже за 2014 та 2015 роки її консульські відділи видали більше 1 млн. 100 тис. віз для можливості працювати (варто відмітити, що чверть цих людей працюють в галузі сільського господарства, більшість з яких займаються некваліфікованою роботою).

Для майбутнього розвитку вітчизняної агроіндустрії, потрібно:

- усвідомити мету;
- зрозуміти переваги;
- «розкласти» цілі по роках;
- сформулювати стратегічні цілі та завдання.

Наступна проблема – ринок професій та проблеми усвідомленого вибору. «Україна – передова аграрна країна!», про це можна казати багато і довго, але якщо не донести цю думку до кожного з людей, а також не показати, як це буде вигідно конкретно для нього, які перспективи у зв'язку з цим у нього з'являться, то результату не буде й люди продовжать від'їжджати. Треба переконувати сім'ї у селах, що робота агронома, зоотехніка, ветеринара, механізатора – престижна, адже тоді, обираючи професію для своїх дітей, частина з них не будуть підштовхувати їх шукати кращої долі у містах.

У наш час популярними професіями є юрист, банкір, програміст і так далі, а про представників аграрних професій, нажаль, згадують не часто. З цієї причини, проблема усвідомленого вибору спеціальностей аграрної сфери дуже актуальна.

На верхівці «айсбергу» може здаватися, що проблеми немає, адже вищі навчальні заклади наповнені студентами, які в майбутньому повинні працювати у сільському господарстві. Але, якщо заглибитися, то реальне положення справ наступне – студенти не бажають працювати за спеціальністю.

Усвідомлений вибір – це проблема багатьох поколінь. Адже у більшості випадків рішення про майбутню професію приймають батьки, тому, навіть вступивши до університету, студент не впевнений, що схоче працювати за спеціальністю.

Проблеми системи професійно-технічної освіти є не менш важливими та актуальними, ніж попередні. В даний час професійна технічна освіта – це повністю закрита система, яка у більшості випадків не орієнтується на потреби виробничих компаній. При формуванні груп для навчання за робочими спеціальностями запити зі сторони роботодавців майже не враховуються. Але якщо компанія не виступає замовником спеціалістів, вона не може впливати ні на формування замовлення, ні на зміст навчальних програм, ні на якість підготовки випускників. Сьогодні об'єм і якість навчання робочих у системі середньо-спеціальної освіти не відповідає потребам ринку [3, 24-33].

У підсумку варто відмітити те, що особливість управління персоналом в аграрному підприємстві повинна розкривати приховані знання персоналу, розширювати межі цих знань, змінювати відносини між людьми і тим самим збільшувати людський капітал, який сьогодні є найціннішим ресурсом аграрних організацій. І як показує досвід діяльності багатьох зарубіжних компаній – однією з найважливіших складових ефективної діяльності фірми є високий рівень уваги до працівників. Враховуючи важливе значення організаційної культури на життєдіяльність підприємства, управлінські органи повинні першочергову увагу приділяти саме удосконаленню кадрової роботи. Агрофірмам необхідно всіляко розвивати систему мотивації для працівників, яка б включала в себе матеріальне та нематеріальне стимулювання.

Список використаних джерел

1. Дієсперов В.С. Сільськогосподарська праця в нових умовах. Київ: Інститут аграрної економіки УААН, 2009. 184 с.
2. Кібанов А.Я., Мамед-Заде Г.А., Родкіна Т.А. Управління персоналом: регламентація праці: навч. посіб. М.: Екзамен, 2008. 480 с.

3. Короленко С. Проблеми підготовки працівників для сільського господарства. Менеджер з персоналу. 2017. № 1. С.24-33.

4. Храмов В.О., Бовтрук А.П. Основи управління персоналом: навч.-метод. посіб. Київ: МАУП, 2001. 112 с.

Алексей Климов

Белорусский государственный университет

Минск, Республика Беларусь

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПАРКАХ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

В условиях технико-технологического прогресса и перехода к инновационной экономике информационный менеджмент является важнейшим инструментом, позволяющим организации эффективно развиваться, повышать производительность труда, конкурентоспособность. Не являются исключением и научно-технологические парки (технопарки). Анализ деятельности белорусских технопарков показал некоторое несовершенство информационного менеджмента (в части использования собственных Интернет-сайтов и возможностей сети Интернет в целом, проведения научных и научно-практических мероприятий, семинаров, выставок и др.). В данной связи технопаркам рекомендовано усилить деятельность в данных направлениях.

Ключевые слова: научно-технологический парк, информационный менеджмент, Интернет, мероприятие, эффективность, совершенствование.

In terms of technical and technological progress and transition to an innovative economy, information management is an essential tool that allows an organization to develop effectively, increase productivity, competitiveness. Scientific and technological parks (technoparks) are no exception. Analysis of the activities of the Belarusian technoparks showed some imperfection of information management (in terms of using its own Internet sites and the capabilities of the Internet as a whole, conducting scientific and practical activities, seminars, exhibitions, etc.). In this regard, technoparks recommended to strengthen activities in these areas.

Keywords: scientific and technological park, information management, Internet, event, efficiency, improvement.

Как известно, нынешний этап эволюции техники и технологий, который в технологически развитых странах называют «четвертой индустриальной (промышленной) революцией», связан с кардинальной

цифровой трансформацией социально-экономических процессов практически во всех сферах жизнедеятельности человека [8]. При этом характерной особенностью и основной целью всех технико-технологических новаций, равно как и прогресса в целом, является экономия живого труда человека, повышение его производительности. Таким образом, на наших глазах происходит эволюция постиндустриального общества в направлении общества информационного.

При этом в условиях инновационной экономики, основанной на потоке инноваций, постоянном технологическом совершенствовании, производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с высоким уровнем добавленной стоимости прибыль в основном создает не материальное производство (индустриальная экономика) и не концентрация финансов (капитала), а информационная сфера и интеллект новаторов и ученых [2].

В связи с этим важность развития информационной составляющей (информационного менеджмента) как для экономики страны в целом, так и для отдельных субъектов хозяйствования имеет огромное значение. Применительно же к отдельным субъектам хозяйствования (организациям) информационный менеджмент можно определить как профессиональная деятельность по созданию, использованию и управлению информацией с целью обеспечения эффективного развития компании, повышения ее производительности труда, конкурентоспособности [3].

Общеизвестно, что тенденции развития современной экономики обуславливают эволюцию форм организации инновационной сферы. Так, одним из интегрированных образований, которые позволяют обеспечивать эффективное взаимодействие научно-технического и производственного потенциалов, ускорение инновационного процесса и повышение его

результативности, являются технопарки. В рамках настоящей статьи проанализирован информационный менеджмент в деятельности технопарков Республики Беларусь.

По мнению автора, одним из важнейших инструментов, позволяющих довести до участников рынка сведения о компании (в частности, технопарке и его резидентах), производимой продукции (работах, услугах), выполняемых проектах, возможностях, конкурентных преимуществах и т.д. является Интернет-сайт компании (технопарка), степень его использования и функциональные возможности.

В настоящее время созданию и развитию технопарков в Беларуси уделяется повышенное внимание, в связи с чем количество функционирующих в стране структур выросло с 10 в 2016 году до 16 (по состоянию на 01.03.2019) [1].

Однако в результате проведенного автором в 2018 году исследования выявлено следующее:

– наличие и состояние Интернет-сайта руководители белорусских технопарков считают одним из наименее значимых инструментов, влияющих на эффективность деятельности технопарка в целом;

– не у всех белорусских технопарков есть собственный Интернет-сайт.

При этом:

из имеющихся сайтов технопарков есть такие, которые с точки зрения дизайна, информативности, маркетинга выполнены недостаточно корректно;

многие технопарки не используют рекламу в поисковых системах (Google, Yandex) и других возможных каналах, иные возможности позиционирования, в первую очередь в сети Internet [4, 187].

Вместе с тем иностранный опыт деятельности технопарков свидетельствует, о «необходимости создания веб-сайта на высоком уровне с учетом всех маркетинговых требований к формированию таких сайтов» [7].

Например, в соответствии с Национальным стандартом Российской Федерации «Технопарки. Требования» одним из общих требований к технопарку является наличие Интернет-сайта с постоянной публикацией и ежемесячным обновлением (актуализацией) информации [5].

Предполагается, что недоработки белорусских технопарков в данном направлении в конечном счете не позволяют в достаточной мере:

- информировать общественность (в том числе бизнес-сообщество) о своей деятельности, возможностях, достижениях, предоставляемых услугах;
- поддерживать и создавать стартапы, привлекать новых потенциальных резидентов и расширять спектр оказываемых услуг;
- привлекать инвестиции (как государственные, так и в первую очередь частных инвесторов) [4, 187].

В данной связи предлагается усилить работу по совершенствованию позиционирования отечественными технопарками своей продукции (работ, услуг), что позволит повысить степень осведомленности представителей государственных структур, бизнеса, общества в целом о сути деятельности и возможностях технопарков.

Также одним из инструментов, позволяющих довести до участников рынка сведения о технопарке и его резидентах, производимой ими продукции (работах, услугах), является активное принятие участия в выставках, научных и научно-практических мероприятиях, специализированных форумах, биржах деловых контактов и т.д.

Практика показывает, что особенно эффективен данный инструмент в том случае, когда сам технопарк выступает инициатором и организатором проведения подобных мероприятий, приглашая на них отечественных (в том числе из различных регионов страны) и зарубежных специалистов в области инновационной деятельности, ученых, представителей власти, бизнеса, авторов (правообладателей) объектов промышленной собственности и т.д. Наиболее активными белорусскими технопарками в данном направлении выступают ООО «Минский городской технопарк», а также региональные ЗАО «Брестский научно-технологический парк» и ЗАО «Технологический парк Могилев». С учетом значимости и эффективности проведения подобных мероприятий, а также того, что они в том числе могут финансироваться на безвозвратной основе за счет бюджетных средств (средств местных инновационных фондов), белорусским технопаркам рекомендуется активизировать практику проведения научных и научно-практических конференций, семинаров, выставок научно-технических достижений, в том числе путем подачи заявок на их проведение за счет бюджетных средств.

В соответствии с частью второй пункта 10 главы 3 Положения о порядке формирования и использования средств инновационных фондов, утвержденного Указом Президента Республики Беларусь от 07.08.2012 № 357, средства местных инновационных фондов используются на проведение научных и научно-практических конференций, семинаров, симпозиумов, выставок научно-технических достижений, подготовку и издание научно-технической и научно-методической литературы [6].

Таким образом, совершенствование (активизация) обозначенных в статье направлений, связанных с деятельностью технопарков (на примере белорусских технопарков), позволит улучшить внутренние процессы управления информацией и информационного менеджмента в целом. Это,

в свою очередь, даст возможность технопаркам повысить как степень осведомленности общественности о целях и направлениях их деятельности, возможностях, преимуществах, так и уровень конкурентоспособности в условиях стремительного технико-технологического прогресса.

Список использованных источников

1. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gknt.gov.by/deyatelnost/innovatsionnaya-politika/the_state_duma/.

– Дата доступа: 27.02.2019.

2. Инновационная экономика. Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0. – Дата доступа :28.02.2019.

3. Информационный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marketingnews.ru/termin/41/>. – Дата доступа : 28.02.2019.

4. Климков А.Г. Совершенствование позиционирования технопарками продукции (работ, услуг) // Научные стремления – 2018: Сборник материалов Международной научно-практической молодежной конференции в рамках Международного научно-практического инновационного форума «INMAX'18», Минск, 4-5 декабря 2018 г. / В 2 ч. Часть 1 / ОО «Центр молодежных инноваций», ООО «Минский городской технопарк». Минск : Лаборатория интеллекта, 2018. 246 с.

5. Национальный стандарт Российской Федерации «Технопарки. Требования» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. Российская Федерация. Минск, 2019.

6. О порядке формирования и использования средств инновационных фондов [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 7 августа 2012 г. № 357 // Консультант плюс. Беларусь. Технология / ООО «ЮрСпектр». Минск, 2019.

7. Проблемы эффективности функционирования технопарков в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/56302/1/%D0.pdf>. – Дата доступа: 26.02.2019.

8. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution // ForeignAffairs. – December 12, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution> – Дата доступа: 25.02.2019.

Лоліта Сорока,

Наталя Масі

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ

У статті розглянуто процес впровадження новітніх напрямків діяльності HR-менеджерів, розкрито головні завдання та функції елементів штучного інтелекту, наведено переваги та недоліки інноваційних технологій.

Ключові слова: *інноваційні технології, програмне забезпечення, елементи штучного інтелекту, взаємодія штучного інтелекту з HR-менеджером.*

В статье рассмотрен процесс внедрения новейших направлений деятельности HR-менеджеров, раскрыты главные задачи и функции элементов искусственного интеллекта, приведены преимущества и недостатки инновационных технологий.

Ключевые слова: *инновационные технологии, программное обеспечение, элементы искусственного интеллекта, взаимодействие искусственного интеллекта с HR-менеджером.*

In the article the process of introduction of the newest directions of activity of HR-managers is considered, the main tasks and functions of elements of artificial intelligence are revealed, advantages and disadvantages of innovative technologies are presented.

Keywords: *innovative technologies, software, elements of artificial intelligence, interaction of artificial intelligence with HR-manager.*

Саме поняття «штучний інтелект» має давню історію. Першим в світі електричним обчислювальним пристроєм стала створена під час Другої світової війни британським математиком Аланом Тьюрингом машина для прочитання зашифрованих повідомлень, який фактично сформував основні концепції. Початковою ідеєю було замінити людину-обчислювача, створивши для цього механізм «цифровий обчислювач». Таким чином, прагнення створити пристрій, що володіє інтелектом, подібним

людському, існувало з самого моменту народження першого комп'ютера. Тому у сучасний час люди ще більше зацікавлені впровадженням штучного інтелекту у практичну діяльність. Звичайно, зараз немає повноцінно функціонуючої машини зі штучним інтелектом, але існують платформи з елементами штучного інтелекту, які вже впроваджені у роботу підприємств.

Штучний інтелект (ШІ) – це наукова технологія створення інтелектуальних машин та інтелектуальних комп'ютерних програм [1]. Штучний інтелект і створення математичних моделей дозволяє автоматизувати безліч процесів, зменшити в тисячі разів ймовірність людської помилки і будувати прогнози за лічені секунди.

Від звичайного програмного забезпечення штучний інтелект відрізняють три основних компоненти:

- високошвидкісні обчислення,
- величезна кількість якісних даних,
- розширені алгоритми [2].

Після повноцінного впровадження штучного інтелекту у дію частина HR-завдань повністю зникнуть, але виникнуть нові. Маркетинг, оцінка, навчання, адміністрування персоналу та HR-аналітика будуть повністю автоматизовані, так як основна частина внутрішніх і зовнішніх комунікацій піде в хмару. Затребуваний буде той HR-фахівець, який відстежить зміни, запропонує синхронізовані з ними рішення і створить не тільки інноваційну, а й результативну HR-модель.

Головним завданням сучасних HR-підрозділів є перехід на інструменти ШІ, на нові онлайн-сервіси, на управління брендом роботодавця через мобільні додатки і соціальні мережі, а також активне використання інструментів маркетингу, продажів та ІТ.

Багато HR-функцій вже автоматизовані. Серед них: облік, оцінка та навчання персоналу, нарахування бонусів, премій і компенсаційних виплат, а в деяких компаніях, навіть, є програми, які самостійно проводять співбесіди і дають аналітику за їх результатами. Автоматизація дозволяє сформувати HR-модель, яка максимально ефективна у праці.

Пріоритетними завданнями для HR-менеджера стане внутрішньоорганізаційна взаємодія тобто, формування взаємодії між людьми, роботами і штучним інтелектом.

Враховуючи сказане вище, наведемо основні функції штучного інтелекту:

- Інформаційна функція. Посадові особи IBM в своєму дослідженні обговорили, як ШІ може бути ефективно вплетений в програму «onboarding» співробітника. Нові співробітники, які зазвичай хочуть зустрітися з людьми і отримати інформацію, як правило, не знають, куди йти. Вони можуть запитати свого сусіда по столу. Але що, якщо він працює в іншому відділі? Саме тут на допомогу приходить штучний інтелект. Необхідна система, яка відповість на найактуальніші або важливі питання нового співробітника, щоб допомогти їм швидко прискорити роботу.

- Управлінська функція. Система штучного інтелекту продемонструвала, як вона може допомогти співробітникам вирішувати певні управлінські питання. Зазвичай, члени HR-команди повинні були б впоратися з цими завданнями. Наприклад, це такі процедури, як: надання відпуски або процедура найму персоналу. Представлена можливість для HR-менеджерів дає можливість зосередити увагу на більш важливих ділянках роботи. Вона навела приклад того, як HR витрачає час на обробку кроків по набору нового співробітника (виділення місця, підготовка ноутбука і т.д.). Економія часу на цих аренах може допомогти HR-

командам зосередитися на більш важливій справі. Також автоматизована система буде забезпечувати постійний зворотний зв'язок з персоналом.

- Аналітична функція. Протягом багатьох років компанії збирають дані про своїх клієнтів, щоб отримати інформацію для прогнозування майбутнього поведінки. HR-команди мають багато часу, щоб аналізувати майбутніх працівників. А саме штучний інтелект має можливість швидко аналізувати інформацію що має велике значення у нескінченній війні за талантами.

- Етична функція. Дослідниками виявлено, що роботодавці прагнуть бути неупередженими, вони можуть підсвідомо схилитися до кандидатів, які найбільше схожі на них, або те, що вони називають «несвідомою упередженістю». Ця упередженість має великий вплив на роботу працівника. Тепер, завдяки штучному інтелекту, з'явилась можливість визначити професіоналізм особи без впливу упереджень.

- Ідентифікаційна функція. Програми штучного інтелекту призначені для того, щоб ідентифікувати співробітників, які можуть бути приходять на робоче місце і навпаки. Він відстежує активність комп'ютера співробітника-електронні листи, натискання клавіш, інтернет-браузер та інше [4,5].

Із зазначених функцій, які повинен виконувати штучний інтелект, витікають такі завдання:

- Автоматизувати роботу. Автоматизація простих та повторюваних процесів дозволить HR-лідерам проводити більше часу зі своїми діловими партнерами і співробітниками.

- Підвищити ефективність. Стратегічне поєднання автоматизації та людської праці забезпечить підвищення ефективності.

- Зменшити відхилення від зазначеного плачу. Правильно запрограмований алгоритм поведінки штучного інтелекту допомагає зменшити зсув від плану.

- Зменшити штат. Система бере на себе велику кількість завдань тому вона зумовлює зменшення штату працівників.

- Виконувати адміністративні завдання. Штучний інтелект бере на себе виконання повністю усіх адміністративних завдань, чим дає можливість зосередитись на більш творчих та стратегічних питаннях, на вирішення які машина не здатна.

- Надавати необхідну інформацію працівникам. Програма надає можливість кандидату бачити свій статус у фірмі та створить сприятливий досвід кандидата, оскільки вони не будуть відчувати, що їх резюме просто пропало. Також, вона у будь яку вилину може надати працівнику необхідну інформацію, щодо його справ та завдань.

- Спростити пошук. Система робить обробку інформації за лічені секунди та надає можливість робити більш швидкий пошук необхідної інформації.

- Знизити адміністративне навантаження. Більшість команд працівників заповнені адміністративною роботою, автоматизація деяких з цих адміністративних завдань і звітів дозволяє економити час.

- Виділяти таланти. Штучний інтелект може точно визначити кращі резюме і виділити їх, але все ж залишити залишилися резюме в черзі для менеджера, щоб прийняти рішення

- Зберігати сумісність. Є деякі функції, які повинні бути автоматизовані, але не можливо усунути людину від цієї праці. Людина ніколи не буде відсунена від своєї роботи [4, 5].

Концепція штучного інтелекту дуже спірна, і дослідники все ще знаходяться на шляху до висновку, чи є ШІ благом для людства.

Коли вперше була введена концепція ШІ, співробітники кадрових служб не були повністю в ній переконані, оскільки побоювалися великої втрати в кількості робочих місць через зростання залежності від машин.

Штучний інтелект – це унікальний продукт технічного прогресу, що дає змогу машинам вчитися, використовуючи людський і власний досвід, пристосовуватися до нових умов в рамках свого застосування, виконувати різнопланові завдання, які тривалий час були під силу лише людині, прогнозувати події й оптимізувати ресурси різного характеру.

Більшість відомих сьогодніприкладів використання ШІ – від комп'ютерів, що грають у шахи, до автономних роботизованих систем – все ще залежать від людського фактору і потребують глибокого навчання. Однак, навіть на етапі свого нинішнього прогресу вони глобально впливають на життєдіяльність всього суспільства, формуючи нові уявлення про майбутнє і перспективи розвитку надсучасних технологій.

Прямо зараз галас навколо штучного інтелекту знаходиться на рекордно високому рівні. Кожен постачальник програмного забезпечення HR-менеджменту прагне викликати довіру до кваліфікованої команди машинного навчання.

Список використаних джерел

1. Як працюєштучнийінтелект [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.allo.ua>.

2. Как искусственный интеллект может работать на HR? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.shrm.org>.

3. How AI Is Transforming HR Departments [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.forbes.com>.

4. 11 Ways AI Can Revolutionize Human Resources [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.forbes.com>.

5. 7 Ways Artificial Intelligence is Reinventing Human Resources
[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cmswire.com>.

Світлана Брайченко,

Юлія Тімчук

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ПРОЦЕС УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБИГУ

У пропонованій статті розглянуто процес переходу організації на систему електронного документообігу. Проаналізовано тенденції і причини, які впливають на його необхідність. Проведено аналіз проблем, з якими зустрічаються компанії в процесі переходу на систему електронного документообігу, а також їх рішення. Виявлено позитивні результати і наслідки переходу.

Ключові слова: система електронного документообігу, документація, інформація, дані.

В предлагаемой статье рассмотрен процесс перехода организаций на систему электронного документооборота. Проанализированы тенденции и причины, которые влияют на его необходимость. Проведен анализ проблем, с которыми встречаются компании в процессе перехода на систему электронного документооборота, а также их решения. Выявлены положительные результаты и последствия перехода.

Ключевые слова: система электронного документооборота, документация, информация, данные.

In this article, the process of transition of organizations is considered on the system of electronic circulation of documents. Tendencies and reasons that influence on the decision of company to the transition are analysed. Also reviewed are the goals that organizations set for themselves. An analysis over of problems, with that companies meet in the process of passing to the system of electronic circulation of documents, and their decision, is brought. Positive results and consequences of the transition are revealed.

Keywords: system of electronic circulation of documents, documentation, information, data.

Актуальність обраної теми дослідження обумовлена тим, що системи електронного документообігу набувають своєї заслуженої популярності не лише серед приватних підприємств, а також в державних

установах, оскільки обсяг документів, що функціонують, дедалі збільшується, і співвідношення кількості паперових і електронних їх версій є не на користь останніх. Через це впровадження системи електронного документообігу стає невід'ємною частиною для ІТ-інфраструктури підприємства, оскільки даний процес не лише підвищує ефективність його діяльності, але і усуває багато проблем. У державних структурах на базі технологій електронного документообігу вирішуються завдання внутрішнього управління, міжвідомчої взаємодії і взаємодії з населенням. Використання електронних систем збільшується з кожним роком.

Метою нашого дослідження є аналіз причин, що сприяли необхідності впровадження СЕД, а також вивчення проблем, пов'язаних з цим процесом, та рекомендації щодо його удосконалення.

Аналіз наслідків впровадження здійснювався на прикладі компанії «Укргазбанк».

На сьогоднішнім часом організації та підприємств відчують гостру потребу у переході від ведення паперової документації до використання електронного аналогу. За статистикою кожного тижня рядовий співробітник офісу роздруковує 6 документів з 10 сторінок, що становить близько 2880 листів на рік. Середня компанія налічує від 50 до 200 співробітників, що в масштабі тисяч компаній в такій багатомільйонній країні, як Україна, налічує сотні тисяч гектарів лісу, що щорічно використовують на виробництво паперу. «За даними Асоціації з питань Управління Інформацією і Зображеннями (Association for Information and Image Management, АІМ), економія однієї тонни паперу дозволяє врятувати 17 дерев, 26 тисяч літрів води, 3 кубічні метри землі, 240 літрів пального і 4 тисячі кВт/ч електрики» [1]. Світовий ринок потребує послуг

систем електронного документообігу. На українському ринку спостерігається аналогічна ситуація.

Для компанії «Укргазбанк» головними причинами переходу на СЕД виявилися такі:

1. Потреба в ефективному зберіганні і управлінні величезними об'ємами даних, що виникають в процесі її діяльності.

2. Зростання компанії, що призводить до значного збільшення внутрішнього документообігу в паперовому вигляді, що стає причиною зниження оперативності в управлінні і погіршення ефективності контролю процесів усередині компанії.

3. Тривалий час обслуговування клієнтів, що призводить до втрати потенційних клієнтів, підвищена собівартість бізнес-процесів через низький рівень автоматизації, також збільшення операційних ризиків. Низький рівень управління через децентралізацію функцій відділів обробки інформації.

4. Низька оперативність інформаційної взаємодії через територіально-розподілені структури. Неможливість контролювати статус документів. Неможливість моніторингу стану поточних процесів.

Зазначені причини дозволили нам сформулювати завдання щодо удосконалення документообігу:

1. Захист і надійне зберігання інформації. Отримання засобу консолідації корпоративної інформації і управління узгодженням і термінами виконання розпорядчих паперів, забезпечення повноцінного управління бізнес-процесами підприємства, а також своєчасного доступу співробітників до інформації з можливістю видаленої роботи з документами, що зберігаються в електронному вигляді.

2. Створення ефективної системи надання державних послуг.

3. Максимально оптимізувати усі ділові і управлінські процеси, які так чи інакше підлягають документуванню, для того, щоб вони стали стандартними і прозорими.

4. Зменшення витрат, пов'язаних з паперовим документообігом, прискорення комунікації.

5. Прискорення взаємодії між підрозділами і співробітниками в електронній формі. Можливість контролю над діловими процесами.

Залежно від поточних справ компанія може зустрічатися з різними труднощами при переході до системи електронного документообігу. Серед них вважаємо за потрібне зазначити наступні:

1. Для переходу до системи електронного документообігу потрібна побудова нового рішення - оновлення усього устаткування і програмного забезпечення, а не тільки створення концептуальної модернізації наявної системи електронного архіву.

2. Труднощі забезпечення перенесення наявних напрацювань і інтеграції до існуючої ІТ- структури, ліквідація проблем старого архіву. У іншому разі побудова структури «з нуля».

3. Адаптація співробітників компанії до нових технологій роботи з документами, якої можна домогтися шляхом формування розуміння переваг зміни.

4. Необхідність отримання співробітниками нових навичок для роботи з системою електронного документообігу. Рішенням проблеми є проведення спеціальних тренінгів, які потрібні усім співробітникам компанії.

Подолання труднощів та впровадження нової системи мають позитивні наслідки для компаній, а саме: завдяки впровадженню системи «Укргазбанк» отримав засіб централізованого управління бізнес-процесами, пов'язаними з його операційною діяльністю; підвищений

контроль за їх проходженням на кожній стадії, «єдине вікно» для взаємодії з іншими спеціалізованими рішеннями. «Співробітникам забезпечений доступ до системи з будь-якого відділення банку через Інтернет. - ділиться враженнями начальник відділу проектних менеджерів Вадим Бригинець. - Головне, що бізнес-процеси стали прозорішими і з'явилася можливість їх оптимізації». За словами представників банку, результати впровадження були помітні практично відразу - раніше процедура відкриття поточного рахунку тривала близько двох тижнів, тепер вона скоротилася до чотирьох годин» [2].

Доцільність упровадження СЕД також схвалюють представники Одеської міської ради: «Впровадження СЕД підвищило оперативність, повноту, достовірність і надійність обміну інформацією між виконавцями, підрозділами і організаціями. Крім того, нова система виключає контакт заявників з чиновниками, що веде до зменшення ступеня корумпованості усієї процедури. «Здійснено великий крок вперед щодо вдосконалення системи обслуговування суб'єктів господарювання і усунення адміністративних бар'єрів, що ускладнюють вирішення питань юридичних осіб при зверненні до органів місцевого самоврядування», - упевнений директор департаменту інформаційних технологій Одеської міської ради Олексій Чевичалов» [2].

Таким чином, перехід на систему електронного документообігу є процесом вкрай необхідним. Удосконалення цієї системи позитивно впливає на показники ефективності компанії. Це і оптимізація бізнес-процесів, і загальне підвищення якості діяльності компанії, і економія ресурсів та сприяння її розвитку.

Список використаних джерел

1. IQusion [Електронний ресурс] / Мир без системы электронного документооборота, какой он? – 2015. – Режим доступа:

<http://iqusion.com/ru/novosti/item/232-mir-bez-sistemy-elektronnogo-dokumentooborota-kakoj-on.html>, вільний.

2. КО ІТБізнеса [Електронний ресурс] / СЭД по-украински: примеры внедрений. – 2009.- Режим доступу: https://ko.com.ua/sjed_po-ukrainski_primery_vnedrenij_44818, вільний.

3. EUROUA [Електронний ресурс] / Министерство образования Украины переходит на электронный документооборот. – 2017. – Режим доступу: <https://euroua.com/reformy/10850-ministerstvo-obrazovaniya-ukrainy-perekhodit-na-elektronnyj-dokumentooborot>, вільний.

Владислава Зачко,

Наталя Масі

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

КОУЧИНГ ЯК МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ ОРГАНІЗАЦІЇ «TOASTMASTERS»

У статті розкрито роль коучингу як способу підвищення ефективності діяльності персоналу, розглянуто методи підготовки коучів на прикладі організації «Toastmasters», наведено основні принципи коучингу в управлінні персоналом.

Ключові слова: управління персоналом, коучинг, лідерство, ораторське мистецтво, нетворкінг.

В статье раскрыто роль коучинга, как способа повышения эффективности деятельности персонала, рассмотрено методы подготовки коучей на примере организации «Toastmasters», приведено основные принципы коучинга в управлении персоналом.

Ключевые слова: управление персоналом, коучинг, лидерство, ораторское искусство, нетворкинг.

The article describes the role of coaching as a way to increase the efficiency of personnel activities, examines methods of training coaches on the example of the organization «Toastmasters», provides the basic principles of coaching in personnel management.

Keywords: personnel management, coaching, leadership, oratory, networking.

З кожним днем з'являються нові технології, нові продукти і вироби. Необхідність обліку людського фактора в роботі виникла в зв'язку з ускладненням виробництва, коли вартість людської помилки істотно збільшилася, а також у зв'язку з посиленням конкурентної боротьби. Саме тому в області управління персоналом з'явилося багато різних технологій, що дозволяють більш успішно керувати людьми. Всілякі атестації, управління по цілям, заходи, спрямовані на розвиток корпоративної культури, підтримка корпоративного духу, тренінги, коучинг, робота з

резервом – це далеко не повний перелік того, що здійснюється в діяльності сучасної організації.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що у світову практику управління персоналом коучингу ввійшов уже понад три десятки років, тому в Україні це поняття залишається новим.

Проте, в умовах теперішньої динамічності та нестабільності сучасні підприємства змушені шукати новітні методи підвищення ефективності своєї діяльності, які б забезпечили їм можливість виживання в умовах ресурсної обмеженості, не вимагаючи при цьому значних капітальних витрат. На перший погляд, це нелегке та практично недосяжне завдання. За даних умов організаціям потрібно шукати або «виховувати» самостійно таких керівників, які зможуть досягти поставлених цілей в умовах економії; крім того, такі управлінці повинні працювати над пошуком ідей та можливостей щодо покращення внутрішнього середовища підприємства. Одним із методів підвищення якості роботи менеджерів є проведення коуч-сесій для виявлення та вирішення проблем як психологічно-особистісного характеру, так і проблем функціональних підсистем організації.

Метою дослідження є систематизація теоретичних знань про коучинг як про сучасний підхід до навчання та розвитку персоналу і його аналіз на прикладі організації «Toastmasters».

Завдання: провести термінологічне дослідження змісту поняття «коучинг»; охарактеризувати основні задачі і принципи коучингу в управлінні персоналом; проаналізувати методи, які існують для навчання персоналу в компанії «Toastmasters».

Coaching – це вчення, що виникло на перетині психології, менеджменту, філософії, логіки і життєвого досвіду; процес, спрямований на досягнення цілей у різних сферах життя. Проте однозначного

трактування коучингу немає, хоча кожна із шкіл коучингу виділяє своє бачення щодо сутності даної категорії. Так, основоположник коучингу У. Т. Голві трактує «коучинг – як мистецтво створення, за допомогою співбесід та поведінки, середовища, яке забезпечує рух людини до визначеної мети, так щоб воно приносило задоволення» [3], а засновник школи трансформаційного коучингу П. Вріца вважає, що «коучинг – це мистецтво сприяти розвитку інших людей», при цьому ефективний коучинг допомагає реалізувати потенціал людини [2]. Одним із сучасних видів коучингу є освітній коучинг («edu-coaching»), який широко застосовують в освіті дорослих зарубіжжя, неформальному навчанні, на курсах підвищення кваліфікації, професійної перепідготовки, навчанні на підприємствах тощо.

В Україні коучингвикористовують переважно консалтингові підприємства, які здійснюють управлінське консультування. Причиною цього, перш за все, є недостатні теоретичні напрацювання.

З точки зору управління, коучинг може розглядатися як самостійний вид діяльності, або як стиль управління. Іншими словами, він може впроваджуватися у вигляді певних «коучинг-сесій», які менеджери і члени команди відокремлюють від звичайної діяльності підприємства, або він може бути інтегрований в поточне управління команди або відділу.

Від того наскільки добре співробітники вміють спілкуватися з клієнтами, партнерами, так і один з одним, багато в чому залежить, що чекає бізнес успіх або невдача. Через неефективність презентацій продуктівкомпанія втрачає прибуток. На певному рівні розвитку кар'єри практично кожен фахівець стикається з необхідністюрозширювати коло спілкування виступати публічно. Якщо він ніколи не вчився цьому, швидше за все, досвід буде негативним. Спілкуванню не можна навчитися,

прочитавши книгу або відвідавши тренінг – потрібна регулярна практика. І її можна отримати в «Toastmasters».

Toastmasters – міжнародна невідприємницька освітня організація, метою якої є розвиток у її членів навичок спілкування, публічних виступів та лідерства. Процес навчання у організації полягає у регулярному відвідуванні локальних клубів організації та завершенні у них окремих завдань із програм розвитку мови та лідерства [1]. На сьогодні в світі налічується близько 16,4 тис. клубів «Toastmasters» в більш ніж 140 країнах. Зараз організація об'єднує 352 тис. членів, а всього через клубну систему навчання пройшло кілька мільйонів чоловік. Кожен клуб Toastmasters управляється групою ентузіастів. Всі регулярні зустрічі, тренінги та додаткові заходи організуються на волонтерських засадах. Членство відкрито для будь-кого незалежно від раси, національності, статі, сексуальної орієнтації, віком від 18 років.

Тут є всі можливості для широкого нетворкінгу: учасники знаходять бізнес-партнерів, зав'язують корисні контакти по роботі, знаходять друзів, і навіть створюють сім'ї. Менеджменти по персоналу в результаті вміють робити презентації, перестають боятися аудиторії, володіють навичками ведення переговорів, покращують розмовну іноземну мову і т. п.

За тим, щоб зустрічі клубу проходила організовано, плавно і цікаво, стежить ведучий-модератор (коуч) або, як ще його називають, Тостмайстер дня. Цю роль по черзі виконують більш досвідчені учасники клубу. Ведучий оголошує тему, представляє виступаючих, і взагалі, задає настрій зустрічі. Щоб стати Тостмайстером дня, людина повинна навчитися не тільки виступати, але й організувати всіх задіяних в програмі.

Щоб урізноманітнити стандартні зустрічі і розвивати нові навички, клуби використовують різні формати: марафон підготовлених промов (в

середньому виступають 10 осіб), марафон тематичних промов, дебати, тематичні зустрічі, літературні зустрічі, історичні і т.п.

Основою розвитку навичок ораторської майстерності є програма *Competent Communicator* («Компетентний оратор»), її використовують у всіх клубах. Програма побудована «від простого до складного»: спочатку учасник освоює базові прийоми виступу, а потім поступово додає все нові і нові навички та інструменти. Кожен з проектів програми сфокусований на одному з аспектів комунікації: структурування мови, донесення суті ідеї, вміння будувати цікаві запам'ятовуючі виступи, посилення мови голосом і жестами. Крім того, всі проекти тренують навички тайм-менеджменту, розвивають пам'ять і гнучкість розуму [4,71].

З кожним роком навчальна програма оновлюється, доповнюється сучасними проектами. Тепер в *Toastmasters* можна оволодіти такими навичками: створення подкасту, створення блогу, управління онлайн-зустрічами, нетворкінг, управління проектами та ін.

Можна зробити висновок, що виступи чудово розвивають не тільки комунікативні навички, а й лідерські якості та вміння. Більшість людей як і раніше приходять в клуб за навичками публічних виступів, тільки потім дізнаються про величезні можливості програм з розвитку лідерства. На початковому етапі використовується програма *Competent Leader* («Компетентний лідер»), яка також побудована «від простого до складного». Учасникам пропонуються 10 проектів, які допомагають на практиці навчитися: проведенню зустрічей, плануванню і організації різноманітних заходів, проведенню конкурсів, проведенню PR- кампаній, наставництву, управлінню часом, роботі в команді.

Щорічно в Україні проходить конференція, в рамках якої також проводяться конкурси промов. Крім того, члени клубу беруть участь в воркшопах, теми яких пов'язані з лідерством, менеджментом,

саморозвитком. На свої конференції запрошують: спікерів із зарубіжних клубів спільноти; відомих людей зі світу бізнесу і т.д. Подібні конференції клубів «Toastmasters» проводяться по всьому світу.

Отже, для того, щоб коучинг став справді поширеним інструментом управління на вітчизняних підприємствах, знання та навички, які використовуються в процесі його здійснення повинні бути більш доступними для працівників, а не лише для спеціалістів.

Важко передбачити розвиток коучингу, як інструменту менеджменту, але можна стверджувати із впевненістю, що впровадження принципів коучингу у діяльність підприємств дасть змогу користуватися його перевагами. Це у свою чергу, дозволить застосовувати коучинг як інструмент менеджменту та сприятиме розвитку потенціалу працівників. Принципи коучингу відображатимуть закономірності розвитку організації, закладатимуть основу нової теорії управління враховуючи тенденції розвитку людських ресурсів; будуть враховувати соціально-психологічні, адміністративні, економічні та інші методи, управлінські рішення тощо, тобто сукупність елементів, які створюють основу ефективного управління потенціалом працівників в напрямку розвитку.

Список використаних джерел

1. Hawkins P., Smith N. Coaching, Mentoring and Organizational Consultancy Text. N-Y, 2007. 368 p.

2. Вылегжанина А.О. Коуч-технологии как способ обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур: автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05. Тюмень, 2007. 24 с.

3. Коучинг що це? URL: <http://stattja.pp.ua/index.php?newsid=21901>.

4. Макарова М., Карабач Ю. Toastmasters. Менеджер по персоналу. Київ, 2018. № 4. С. 69-79.

Юлія Сизова

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

У статті йдеться про комунікаційні процеси, що функціонують у менеджменті, оскільки на ефективність інформаційно-комунікаційних процесів в організаціях впливають численні об'єктивні і суб'єктивні чинники. Для усунення їх негативно впливу використовують різноманітні способи, які дають змогу підвищити ефективність інформаційного обміну та міжособистісних і організаційних комунікацій в організації.

Ключові слова: зворотній зв'язок, комунікаційний процес, методи, площина змісту, площина зв'язків.

В статье идет речь о коммуникационных процессах, функционирующих в менеджменте, поскольку на эффективность информационно-коммуникационных процессов в организациях влияют многочисленные объективные и субъективные факторы. Для устранения их негативного воздействия используют различные способы, позволяющие повысить эффективность информационного обмена, а также межличностных и организационных коммуникаций в организации.

Ключевые слова: обратная связь, коммуникационный процесс, методы, плоскость содержания, плоскость связей.

The article deals with the communication processes that function as management, since the effectiveness of information and communication processes in organizations is influenced by numerous objective and subjective factors. To eliminate their negative effects, they use a variety of ways to increase the effectiveness of information exchange and interpersonal and organizational communication in the organization.

Keywords: feedback, communication process, methods, plane of content, plane of connections.

Комунікаційні процеси забезпечують обмін інформацією всередині організації, а також між організацією та зовнішнім середовищем. Під час таких процесів відбувається живий обмін інформацією, яка інтелектуально збагачує учасників. У процесі комунікації реалізується вміння менеджерів

правильно інформувати працівників організації та суб'єктів навколишнього середовища і отримувати від них корисну інформацію.

Хоч комунікації мають широке застосування у всіх галузях управління, вона особливо важлива для здійснення функції управління та лідерства. *Неефективні комунікації* є однією з підстав виникнення проблем менеджера.

У економічній літературі приділено значну увагу проблемам комунікаційного процесу з урахуванням різних аспектів інформаційного обміну. Їх досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці як Ардженті П., Афанасьєв В., Баррен Г, Вайнрайт М., Вівер У., Гавловський В., Друкер П., Іноземцев В., Канигін Ю., Крикавський Є., Лазарева С., Лейхіфф Д., Лесікар Р., Матвієнко О., Мільнер Б., Почепцов Г., Шарков Ф.

В основному комунікація між людьми розгортається у площині змісту й площині зв'язків (стосунків). Площиною змісту є послання, яке містить відомості про стан речей чи про події. До площини змісту належить не тільки безпосередня інформація у явній формі, а й мета комунікація – прихований, «тіньовий» зміст, який прочитується між рядками прямої інформації, часто істинним і корисним.

Під *площиною зв'язків (стосунків)* ми розуміємо психологічну складову процесу комунікації, яка характеризується сприйняттям чи відхиленням, симпатією чи антипатією, ненавистю чи любов'ю [3].

Ефективність комунікаційного процесу значною мірою залежить від форми передавання інформації. Комунікаційні процеси в організації здебільшого охоплюють тих людей, які розмовляють в групах на зборах, засіданнях, по телефону і, безпосередньо – особисте спілкування; читають і пишуть записки, листи та звіти. І все ж комунікації є набагато

складнішим процесом. Передусім, для комунікацій в організації важливими є їх напрям, фільтрація, а також види.

Комунікаційний процес починається тоді, коли відправник вирішує повідомити певний факт та ідею отримувачу. Ця інформація є важливою для відправника, і він вважає, що її можна використати для досягнення певних цілей, обговоривши це попередньо з іншою зацікавленою людиною.

Обмін інформацією є ефективним, якщо отримувач без спотворень зрозумів ідею та виконав всі доручення чітко, як цього бажав відправник інформації. За таких обставин і з'являється *зворотний зв'язок* – відгук на мовленнєве висловлювання однієї людини або групи людей [1].

Зворотний зв'язок, на відміну від одностороннього, може сприяти поліпшенню ефективності обміну інформацією. Він здійснюється повільніше, проте ефективніше знімає напруженість, є точнішим, а отже посилює впевненість у правильній інтерпретації повідомлень.

Зворотний зв'язок дає змогу долати так звані *шуми* – усе те, що спотворює зміст, створює перешкоди на шляху обміну інформацією [3].

Ефективність зворотного зв'язку залежить від того, наскільки передана інформація була доречною, конкретною, безпосередньою. Крім того, зворотній зв'язок не може бути подвійно оберненим, тобто первинний відправник інформації не повинен перетворитися на одержувача, а первинний одержувач – на відправника, адже у такому разі втрачається сенс ініційованого відправником комунікаційного процесу.

При прийомі інформацію необхідно відфільтрувати, тобто позбавити шумового наповнення. Найкращим фільтром для будь-якої інформації стане психологічний, який забезпечує так зване «вибіркове сприйняття». Цей фільтр формує досвід, настанови. Він одночасно є «поганим» і «добрим». «Поганим», бо дає вибіркове, суб'єктивне, не обов'язково

узгоджене з реальністю уявлення повідомлення, і «добрим», оскільки виконує захисну функцію. Фільтр пропускає лише певну інформацію в тій кількості, яку можна опрацювати [3].

Уникнути проблем, зумовлених спотворенням повного обсягу інформації можливо лише завдяки усвідомленню сутності комунікаційних процесів і умілого використання його елементів. Тому необхідно знати всі види комунікацій [3].

Комунікаційний процес слід здійснювати з дотриманням певних вимог щодо його організації – послідовності етапів, урахування психології учасників, використання зворотного зв'язку [4].

Комунікація не є одностороннім актом передавання інформації, тому її основна мета – розуміння адресатом суті явища, що описується в повідомленні, і спонукання його до певних дій. Відповідно, для забезпечення ефективності комунікації важливо вибрати такі способи передавання інформації, які б найкраще цьому сприяли.

Вибираючи метод комунікацій, слід зважати на:

- здатність співрозмовника сприймати символи, якими кодується інформація;
- встановлені вимоги до точності відтворення і неоднозначності розуміння інформації (закони, інструкції, правила, накази слід направляти в письмовій формі);
- ступінь нагальності ситуації, яка потребує обміну інформацією (якщо інформація потрібна негайно, краще її подавати усно);
- здатність вибраного методу у визначений час надати інформацію потрібній кількості адресатів;
- забезпечення доступності інформації для її сприйняття (доповідь, насичена цифрами, краще сприймається, якщо підсилена допоміжним матеріалом у вигляді графіків, таблиць, плакатів);

- дотримання вимог щодо мінімізації витрат на обмін інформацією (якщо всі розпорядження і вказівки будуть оформлені письмово, це спричинить зростання паперових потоків) [3].

Тому, правильний вибір методів комунікації і їх поєднання забезпечує ефективний обмін інформацією, а неправильний – ускладнює спілкування, призводить до непорозумінь, які надалі можуть спричинити конфліктну ситуацію.

Комунікаційні процеси охоплюють різноманітні елементи, напрями здійснення, відносини та стани їх учасників, ефективність підвищує оволодіння відповідними методами вдосконалення комунікацій. До них відносяться усунення: міжособистісних бар'єрів, зумовлених сприйняттям інформації; семантичних бар'єрів; невербальних перепон; неякісних зворотних зв'язків; невміння слухати й передавати інформацію [2].

Для покращення ефективності міжособистісних комунікацій застосовують певні технічні прийоми:

- уточнення власних ідей перед передаванням повідомлення;
- контроль за своєю мовою, позами, жестами, інтонацією, які під час передавання повідомлення повинні випромінювати відкритість, повагу до особистості одержувача повідомлення, розуміння його проблем;
- використання точних слів, які унеможливають нечітке розуміння послання одержувачем;
- обов'язкове встановлення зворотного зв'язку.

Знання перешкод, які утруднюють комунікації, дає змогу їх подолати повністю або частково.

Ефективність комунікацій поліпшують:

1. *Регулювання інформаційних потоків* – на всіх рівнях управління необхідно чітко знати сформульовані кількісно і якісно інформаційні потреби керівників та фахівців.

2. *Цілеспрямовані управлінські дії* – вдосконаленню комунікаційних процесів сприяють зустрічі з колективом, на яких обговорюються вдосконалення інформаційного обміну, регулярні оперативні наради.

3. *Побудова систем зворотного зв'язку та систем збору пропозицій* – систему зворотного зв'язку утворюють відрядження працівників центрального апарату у територіальне віддалені структурні підрозділи організації. Для полегшення руху інформації знизу вверх розробляють також системи збору пропозицій, які дають змогу кожному працівнику генерувати ідеї стосовно діяльності організації.

4. *Видання інформаційних бюлетенів* – у щомісячних бюлетенях розміщують статті з оглядами пропозицій щодо управління організацією, охорони праці й здоров'я працівників, оцінювання і стимулювання праці, випуску нової продукції чи надання нового виду послуг, відповіді на запитання працівників тощо.

5. *Застосування сучасних інформаційних технологій* – досягнення у сфері інформаційних технологій динамізують і прагматизують обмін інформацією в організаціях. Створення корпоративних мереж дає змогу через електронну пошту посилати письмові повідомлення будь-якому працівникові в організації. За допомогою сучасної комп'ютерної техніки в системі телекомунікаційних мереж можна проводити відеоконференції, обговорювати проблеми в режимі візуального контакту [3].

В межах кожної системи управління необхідно обирати такі методи вдосконалення комунікацій, які відповідатимуть культурі організації, її технічному потенціалу, ступеню важливості завдань на певному етапі розвитку.

Комунікаційні процеси в менеджменті є важливим чинником функціонування організації, оскільки саме поняття «комунікація» є смисловим аспектом соціальної взаємодії, однією із найбільших загальних характеристик будь-якої діяльності, включаючи управлінську. Вона являє собою нову форму політичної, наукової, організаційної і технічної сили в суспільстві, за допомогою якої організація включається у зовнішнє середовище, здійснюється обмін думками або інформацією для забезпечення взаєморозуміння. Постійна модифікація комунікаційних зв'язків необхідна для зміцнення взаєморозуміння між працівниками організації і для формування її позитивного іміджу в навколишньому середовищі. Для покращення комунікаційних процесів в організації використовують різноманітні способи, які дають змогу підвищити ефективність інформаційного обміну міжособистісних та організаційних комунікацій в організації.

Список використаних джерел

1. Григорьева Н. Н. Коммуникационный менеджмент: учебный курс (учебно-методический комплекс). URL: <http://e-college.ru/xbooks/xbook157/book/index/>.
2. Плотников М. В. Эффективные коммуникации в организации. URL: http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html.
3. Погорецька В.Я. Менеджмент: навчальний посібник. Одеса: Фаворит – Друкарський дім, 2012. 280 с.
4. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент : навч. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 368 с.

ІННОВАЦІЇ В ДОКУМЕНТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Абдужалил Курбонов

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕКА

Статья посвящена рассмотрению планирование и управление временем. Отмечается роль принципов тайм-менеджмента. Подчеркивается привлечение внимания детей ко времени, помочь научиться считать время и планировать его.

Ключевые слова: тайм-менеджмент, планирование, тренинг-презентация, реализация, напряжение.

The article deals with planning and time management. The role of the principles of time management. Emphasizes children's attention to time, emphasizes learning to count time and plan it.

Keywords: time management, planning, training, presentation, implementation, stress.

В интенсивно развивающемся мире люди все чаще жалуются на нехватку времени. С чем это связано? Человек зависит от времени, либо время зависимо от нас и находится в нашем распоряжении? К сожалению, с этим вопросом сталкиваются многие, начиная от руководителя крупных учреждений до детей младшего школьного возраста.

Словом, ситуации, связанные с нехваткой времени и вытекающие из этого последствия, являются сегодня самыми распространенными, к решению которых многие относятся спустя рукава, не задумываясь всерьез об их влиянии на эффективность ежедневного труда и конечный результат.

Дата рождения тайм-менеджмента неизвестна. Не было такого человека, который бы объявил: «Сегодня я изобрел основы тайм-

менеджмента». Первые письменные упоминания о попытках контролировать время принадлежат древнеримскому философу и государственному деятелю Луцию Аннею Сенеке. Свои методы управления временем он изложил в одном из нравственных писем, адресованных римскому патрицию и поэту Люцилию. Сенеке рекомендовал следующие:

- вести письменный учет времени;
- делить время на хорошо, плохо потраченное и утерянное в безделье;
- оценивать свою жизнь согласно наполненности прожитого периода.

Также известно, что в средние века люди уже представляли, что такое планирование и управление временем, и умело распоряжались этим капиталом. Первые методы прообраза тайм-менеджмента сформировал в своих письмах итальянский ученый, писатель и гуманист Леон Альберти.

В своих письмах ученый писал, что каждое утро он начинает с составления списка дел на день. Каждое дело он обдумывает и уделяет ему соответствующее время. Вот вам и первый принцип тайм-менеджмента, который является самым главным - «состав список необходимых дел и выдели время на их выполнения». Второе правило – расположить дела в списке по их важности. Леон Альберти писал, что он предпочитает «потерять ощущения сна», чем правильное восприятие времени. Сон, еду, развлечение можно отложить на потом, а работу – нет. И сегодня это утверждение является «золотым правилом» многих успешных людей. По уверению Альберти, те, кто знает, как потратить время с пользой, будут хозяевами положения в любом деле. Даже Исаак Ньютон внес свой вклад в эффективный тайм-менеджмент. Его идея о Вселенной, слаженно и четко

работающей по определенным принципам, послужила стимулом для многих людей, чтобы упорядочить и управлять своей жизнью.

Термин тайм-менеджмент впервые появился в 70-х годах XX века. Датский предприниматель Клаус Меллер утверждает, что авторство принадлежит именно ему. Этот бизнесмен в 1975 году основал компанию «TimeManagementInternational» и изобрел блокнот «TimeManager», ставший прототипом органайзера. Он же организовал тренинги-презентации, обучающие, как и какую страницу нужно заполнять в этом блокноте, и как это поможет в планировании управления временем.

Неумение просчитывать время, правильно определять цели и степень их важности, последовательности в реализации, тратить его на полезные дела, в будущем приведет к затруднениям и к такой ситуации, когда будет казаться, что выполнить все дела просто невозможно. Загнанный словно белка в колесо, руководитель вряд ли завоюет необходимый авторитет среди подчиненных. Поэтому важно чувствовать быстротечность и необратимость времени.

Зачастую руководитель, как и любое другое должностное лицо, стремится в первую очередь справиться с потоком дел, выполнение которых не терпит отлагательств. А все второстепенные и долгосрочные задачи откладываются в дальний ящик, в котором постепенно скапливаются «горящие» дела. Однажды наступает тот самый день, когда все валится из рук и голова кругом от того, что не знаешь, за какое из них взяться. Помимо неоконченных или отложенных дел, страдает зачастую и самочувствие. А именно невнимание к своему здоровью проявляется в недосыпании, постоянном напряжении от невыполненных задач, что приводит к эмоциональному неблагополучию, остается слишком мало времени на семью и полноценный отдых. Время – необратимый и очень важный ресурс в жизни человека, однако и он не идет в сравнение с

ресурсом человеческого здоровья, отсутствие которого перечеркивает все жизненные цели. Таким образом, определяется первостепенная задача тайм-менеджмента – использование времени во благо человека и его здоровья.

К вопросу тайм-менеджмента как научной дисциплине обратились ученые Московского финансово-промышленного университета «Синергия», был составлен учебник «Тайм-менеджмент: Полный курс»[1], затем вышла в свет книга «Тайм-менеджмент для детей»[2] и разработан курс по тайм-менеджменту для начальной школы, нацеленный на привлечение внимания детей ко времени, помочь научиться считать время и планировать его, определять важные и второстепенные дела, ставить цели и организовывать себя на их достижения.

После того, как план составлен важно оценить, насколько реальны задачи, зафиксированные в нем, чтобы избежать потерь времени или их невыполнения.

Тайм-менеджмент учит и управлению времени отдыха, ибо здоровый и отдохнувший руководитель – позитивно настроенный и принимается за решение любого вопроса с особым воодушевлением.

Список использованных источников

1. Архангельский Г.А., Альпина М. Тайм-менеджмент: Полный курс. Publisher, 2012.
2. Лукашенко М.А., Альпина М. Тайм-менеджмент для детей. Publisher, 2012.
3. ПП – № 91 «О совершенствовании системы подготовки кадров в сфере информационных технологий» от 2 июня 2005 года.

Оксана Лаба

Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу
Івано-Франківськ, Україна

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО ДІЛОВОДСТВА В УКРАЇНІ: НОВА ВІХА

Проаналізовано основні новації, пов'язані з прийняттям нових нормативно-правових актів електронної діловодної сфери 2017/2018 років. Виокремлено нову віху в періодизації розвитку електронного діловодства в Україні. Порівняно вимоги основних нормативних документів, що регулюють впровадження електронного діловодства в організаціях.

Ключові слова: електронне діловодство, електронний документ, електронні довірчі послуги, система електронного документообігу.

Проанализированы основные новации, связанные с принятием новых нормативно-правовых актов электронной делопроизводственной сферы 2017/2018 годов. Выделен новый этап в периодизации развития электронного делопроизводства в Украине. Сравнены требования основных нормативных документов, регулирующих внедрение электронного делопроизводства в организациях.

Ключевые слова: электронное делопроизводство, электронный документ, электронные доверительные услуги, система электронного документооборота.

The main innovations related to the adoption of new legal acts of the electronic records sector 2017/2018 are analyzed. A new milestone in the periodization of the development of electronic records management in Ukraine is singled out. The requirements of the main regulatory documents governing the implementation of electronic records management in organizations are compared.

Keywords: electronic records management, electronic records, electronic trusted services, electronic records management system.

В Україні нині простежується період активної інформатизації суспільства, при чому не лише у теоретичному чи нормативно-правовому аспекті, а й на практиці. 2017-2018 роки були ознаменовані прийняттям низки нормативно-правових актів, які можна вважати революційними у

контексті впровадження електронного діловодства й свідчать про євроінтеграційний курс діловодної сфери України. Це, передовсім, Закон України «Про електронні довірчі послуги» [7], який був прийнятий 05.10.2017, і з набранням чинності 07.11.2018 року замінив Закон України «Про електронний цифровий підпис», а також постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання документування управлінської діяльності» від 17 січня 2018 р. № 55 [3].

Слід зазначити, що новації, спричинені прийняттям зазначених нормативно-правових актів, стали об'єктами досліджень науковців, в першу чергу, у правовому аспекті, зокрема, Олена Голіна досліджувала поняття електронних довірчих послуг та їх договірне забезпечення [2], О. В. Костенко висвітлював використання та регулювання понять електронного підпису та електронних довірчих послуг в законодавстві США [4]. Однак, згадані нормативно-правові акти чинять першочерговий вплив на діловодну сферу в Україні, що й стане об'єктом дослідження цієї публікації.

Загалом, за період з 1991 року і до сьогодні можна виокремити щонайменше дві знакові події у розвитку діловодної сфери незалежної України, відповідно до яких у діловодстві можна виділити три основні етапи. Перша подія – це прийняття «електронних» Законів у 2003 році (Закони України «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Про електронний цифровий підпис»), які на законодавчому рівні врегулювали можливість використання електронного документа з одним із його обов'язкових реквізитів – електронним цифровим підписом, як офіційного документа, що дало початок становленню офіційного електронного діловодства в організаціях, установах та на підприємства України. Другою такою ключовою подією можна вважати прийняття нормативно-правових актів 2017-2018 років, про

які йшлося вище. Слід зазначити, що у 2011 році нами вже були зроблені спроби визначити основні етапи розвитку електронного діловодства в Україні [5], однак останні події 2017-2018 років спричиняють необхідність виокремлення нової віхи у розвитку електронної діловодної сфери.

Отже, основними етапами розвитку діловодної сфери в Україні можна вважати:

1) 1991-2002 роки – етап автоматизованого діловодства з використанням документів з паперовим носієм та їх аналогів в електронній формі;

2) 2003-2017 роки – етап електронного діловодства з використанням службових документів з електронним носієм інформації та автоматизованої роботи з ними;

3) 2017 рік – і до нині – етап становлення та практичного впровадження євроінтеграційного курсу електронної діловодної сфери.

Означений етап можна назвати євроінтеграційним з кількох міркувань:

- по перше, Закон України «Про електронні довірчі послуги» (далі – «Про ЕДП») був прийнятий, в першу чергу, з метою розвитку транскордонного співробітництва України з країнами-членами ЄС, яке було ускладнене невизнанням українських стандартів електронного цифрового підпису європейськими країнами;

- по друге, Закон «Про ЕДП» був розроблений на основі Регламенту (ЄС) № 910/2014 Європейського Парламенту Та Ради від 23.07.2014 «Про електронну ідентифікацію та довірчі послуги для електронних транзакцій в межах внутрішнього ринку та про скасування Директиви 1999/93/ЄС»[8]. Слід звернути увагу, що Закон України «Про ЕДП» не є копією Регламенту ЄС. До прикладу, задеклароване у Регламенті визначення електронного документа, не було використане в Законі;

- по третє, низка новацій, задекларованих у Типовій інструкції з діловодства в міністерствах, інших центральних та місцевих органах виконавчої влади (далі – Типова інструкція) та у Типовій інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі та організації роботи з електронними документами в діловодстві, електронного міжвідомчого обміну (далі – Типова інструкція з документування управлінської інформації в електронній формі), які буди затвержені Постановою № 55 [3], свідчать про достатньо високий ступінь переймання зарубіжних діловодних традицій. До прикладу, під час попереднього розгляду вхідного електронного документа передбачена можливість надсилання його безпосередньо виконавцю без розгляду керівництвом. Така тенденція притаманна західній діловодній моделі, в той час як країни пострадянського простору дотримувались чіткої ієрархії і процедури обов'язкового розгляду документа керівництвом з проставлянням резолюцій. Втім, у Типовій інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі вказано, які саме види документів можуть обминати розгляд керівництвом і скеровуватися безпосередньо виконавцеві.

Ще однією новацією, яка підтверджує тезу про переймання західних діловодних традицій, є використання лише одного ініціалу імені в розшифруванні підпису для всіх реквізитів документа. Однак, це не означає повної відмови від використання по батькові. До прикладу, у випадку адресування документа фізичній особі вказується прізвище, ім'я та по батькові повністю у називному відмінку (п. 36 Типової інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі).

Загалом, затвердження Типових інструкцій [3] зумовило цілу низку новацій діловодної сфери, які рекомендовано відобразити в інструкціях з

діловодства організацій, установ та підприємств, а також впровадити у практичній діяльності. Основними з них можна виокремити такі:

1. Вперше в Україні задекларовано нормативно-правовим актом, що основною формою ведення діловодства є електронна[3]. Якщо раніше в Україні впровадження електронного діловодства в організації носило добровільний характер і свідчило про передові підходи керівництва до організації діловодства, то нині це вимога, закріплена на законодавчому рівні.

2. Простежується заміна понять на сучасніші, які відображають тенденції використання новітньої термінології як у науці, так і в суспільстві загалом. Зокрема, звичну реєстраційно-контрольну картку названо у Типовій інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі [3] реєстраційно-моніторинговою (далі – РМК).

Слід зазначити, що першим нормативно-правовим актом, який комплексно урегулював впровадження електронного документообігу із застосуванням електронного цифрового підпису, організацію роботи з електронними документами у діловодстві, був «Порядок роботи з електронними документами у діловодстві та їх підготовки до передавання на архівне зберігання» (далі – Порядок) [6], затверджений наказом Міністерства юстиції України від 11.11.2014 № 1886/5. Цей документ і нині є чинним і разом з Типовою інструкцією з документування управлінської інформації в електронній формі є основоположними документами електронної діловодної сфери, які взаємно доповнюють вимоги до впровадження електронного діловодства в організаціях, установах та на підприємствах України.

Варто зауважити, що у Додатку 1 до Порядку був розроблений Порядок заповнення реквізитів реєстраційно-контрольної картки (далі – РКК) електронного документа. Типовою інструкцією з документування

управлінської інформації в електронній формі також визначено реквізити, які слід вносити до РМК, при чому у пп. 40-42 їх поділено на обов'язкові та додаткові. Склад реквізитів РМК та РКК в Порядку дещо різниться. Наприклад, у РМК відсутні поля, що відображають інформацію про конвертування електронного документа (далі – ЕД). Крім того, Типова інструкція з документування управлінської інформації в електронній формі не передбачає полів у РМК для вказання найменувань файлів проекту ЕД та самого ЕД. Однак, у п. 43 зазначено, що установа може вводити й інші реквізити в РМК, не звужуючи чи змінюючи застосування обов'язкових та додаткових.

3. П.11 Типової інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі визначає, що система електронного документообігу (далі – СЕД) в організації повинна відповідати вимогам законодавства до форматів даних, сервісу інтеграції до системи взаємодії та вимогам щодо захисту інформації. Представлені на ринку України програмні продукти поки не забезпечують у повній мірі вказаних вимог. До прикладу, СЕД повинна автоматизовано генерувати інформаційне повідомлення про надсилання, доставку, реєстрацію чи відмову в реєстрації електронного документа та надсилати відправнику. Це одна з функцій, яка не виконується в більшості представлених на ринку СЕД.

Ще однією з таких функцій, які не підтримуються більшістю сучасних СЕД, є автоматична генерація номенклатури справ структурного підрозділу та зведеної номенклатури справ установи за визначеними Типовою інструкцією формами. Варто зазначити, що формування електронних справ повинно здійснюватися також в автоматизованому режимі на підставі індексу електронної справи, який присвоюється під час реєстрації вхідного документа чи створення документа в установі

відповідно до номенклатури справ (пп. 190-191 Типової інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі).

Крім того, як уже зазначалося, СЕД організації повинна інтегруватися з Системою електронної взаємодії органів виконавчої влади (далі – СЕВ ОВВ), що є обов’язковою вимогою до державних установ і рекомендованою для організацій інших форм власності. Слід зазначити, що нині на сайті державного підприємства «Державний центр інформаційних ресурсів України», яке здійснює адміністрування СЕВ ОВВ опубліковано перелік протестованих СЕД щодо інтеграційної взаємодії з СЕВ ОВВ [9]. Їхня кількість становить всього 16. Крім того, у 2018 році СЕВ ОВВ було модернізовано шляхом створення підсистеми погодження нормативно-правових актів (далі – НПА). Поки що жодна з СЕД не була протестована щодо впровадження підсистеми погодження НПА.

В той же час, Типова інструкція з документування управлінської інформації в електронній формі чітко врегульовує процес електронного погодження проектів електронних документів, що доречно й необхідно використовувати в установах, оскільки візування паперового проекту документа зводить нанівець впровадження електронного документообігу в установі, а не врегульоване на законодавчому рівні електронне візування становило значні незручності в установах-першопрохідцях, оскільки внесення навіть незначних правок призводило до необхідності повторного візування проектів ЕД всіма посадовими особами, зазначеними в РМК.

4. У Типовій інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі не визначена необхідність технічної перевірки, яку проходять вхідні електронні документи, на відміну від вимог Порядку. Завантажені з СЕВ до СЕД електронні документи підлягають одразу попередньому розгляду. Однак, у п. 28 Типової інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі йдеться про

те, що інформаційне повідомлення повинно містити результат технічної перевірки. З цього робимо висновок, що технічна перевірка вхідного ЕД повинна здійснюватися за вимогами Порядку.

5. На відміну від Порядку, Типова інструкція не вимагає створення XML-схеми для надсилання вихідних електронних документів та для зберігання електронних документів. Однак, дані електронного документообігу повинні відповідати «Вимогам до форматів даних електронного документообігу в органах державної влади», затверджених наказом Державного агентства з питань електронного урядування України від 07.09.2018 № 60, відповідно до яких дані електронного документообігу повинні прийматися/передаватися у контейнері, формат даних якого має відповідати вимогам національного стандарту ДСТУ ETSI EN 319 162-1:2016 (ETSI EN 319 162-1:2016, IDT) «Електронні підписи й інфраструктури (ESI). Контейнери, пов'язані з підписом (ASiC). Частина 1. Структурні блоки та базові контейнери ASiC».[1].

6. Ще однією новацією є нанесення шляхом друкування на вхідний паперовий документ штрих-коду(QR-коду), який присвоюється СЕД установи.Фотокопія зберігається в РМК. Відповідно, штрих-код (QR-код) відтворюється та візуалізується й на документах, що створюються в установі.

Як бачимо, останні роки ознаменовані значними новаціями електронної діловодної сфери. Закріплені на законодавчому рівні вимоги до впровадження електронного діловодства в організаціях дають підстави стверджувати про зародження нового етапу розвитку електронного діловодства в Україні – етапустановлення та практичного впровадження євроінтеграційного курсу електронної діловодної сфери.

Список використаних джерел

1. Вимоги до форматів даних електронного документообігу в органах державної влади: затв. наказом Державного агентства з питань електронного урядування України 07.09.2018 № 60. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1309-18#n17> (дата звернення: 07.03.2019).

2. Голіна О. До питання про поняття довірчих електронних послуг та їх договірного забезпечення. *Підприємництво, господарство і право*. 2018. № 5. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2018/5/15.pdf> (дата звернення: 07.03.2019).

3. Деякі питання документування управлінської інформації: Постанова Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 55. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF> (дата звернення: 07.03.2019).

4. Костенко О. В. Електронний підпис та електронні довірчі послуги в законодавстві Сполучених Штатів Америки. *Інформація і право*. 2018. № 3(26). URL: http://ippi.org.ua/sites/default/files/9_9.pdf (дата звернення: 07.03.2019).

5. Лаба О. В. Основні етапи розвитку електронного діловодства. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія* : наук. журнал. К., 2011. № 3. С. 16-19.

6. Порядок роботи з електронними документами у діловодстві та їх підготовки до передавання на архівне зберігання: затв. наказом Міністерства юстиції України від 11.11.2014 № 1886/5, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 11.11. 2014 № 1421/26198. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1421-14>. (дата звернення: 29.08.2018).

7. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII. Набрання чинності 07.11.2018. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2155-19> (дата звернення: 07.03.2019).

8. REGULATION (EU) No 910/2014 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL. July 23, 2014. URL:https://czo.gov.ua/download/docs/reg_2014_910_EN.pdf (Accessed April 18, 2018).

9. Сайт Державного підприємство «Державний центр інформаційних ресурсів України». URL: <http://dir.gov.ua/sistema-elektronnoyi-vzayemodiyi-organ/perelik-protestovan-system-electr/> (дата звернення:07.03.2019).

Нафиса Зиявитдинова

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

АУТСОРСИНГ В СФЕРЕ ДОКУМЕНТАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ, ОСНОВАННЫЙ НА ЗНАНИИ МЕНЕДЖМЕНТА

Данная статья посвящена вопросам совершенствования процессов управления на предприятии путем внедрения в систему документооборота аутсорсинга документационного обеспечения.

Ключевые слова: аутсорсинг, документационное обеспечение, менеджмент, организация.

This article is devoted to the improvement of management processes in the enterprise through the introduction of document management software outsourcing into the document management system.

Keywords: outsourcing, documentation support, management, organization.

Эффективный менеджмент базируется на информационном и документационном обеспечении. Одним из вариантов повышения эффективности менеджмента может быть аутсорсинг документационного обеспечения управления.

Аутсорсинг является популярной тенденцией в мире современного бизнеса и представляет собой передачу непрофильных функций специализированной компании.

Аутсорсинг – передача организацией, на основании договора, определённых видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области. В отличие от услуг и поддержки, имеющих разовый, эпизодический или случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг обычно передаются функции по профессиональной

поддержке бесперебойной работы отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта.

Аутсорсинг документационного обеспечения управления от разработки номенклатуры дел и положений о подразделениях службы документационного обеспечения управления до вывода архива организации на внешнее внеофисное хранение и уничтожение документов с истекшими сроками хранения на сегодняшний день является новой разновидностью аутсорсинга, набирающей оборот в Узбекистане.

Аутсорсинг позволяет повысить эффективность предприятия в целом и использовать освободившиеся организационные, финансовые и человеческие ресурсы для развития новых направлений или концентрации усилий, не требующих повышенного внимания.

На определенном этапе развития компании, как известно, наступает момент, когда становится очевидна необходимость управления процессом роста количества документов, обеспечения их правильного учета и безопасного хранения.

Аутсорсинг документационного обеспечения управления позволяет передавать часть традиционных функций управления, таких как регистрация и поиск информации, сторонней организации. При четкой организации правовых отношений собственник документов гарантирует себе четкую и бесперебойную работу всей обеспечивающей подсистемы управления.

Для организации эффективного процесса управления нужно соответствующее информационное обеспечение: поиск, сбор, хранение и своевременное представление требуемой информации по тому или иному запросу. Функцию предоставления информации можно представить как своего рода логическое дополнение процесса хранения данных. На сегодняшний день подавляющее большинство коммерческих организаций

использует в своей деятельности традиционные системы документационного обеспечения управления, основанные на работе с данными не на электронных носителях, а всего лишь технических устройствах, обеспечивающих обработку «бумажных документов». Таким образом, в процессе функционирования организации возникает некая совокупность разнородных неструктурированных документов, упорядоченных разве что только по структурным подразделениям (причем, чем больше организация, тем больше объем документооборота).

Согласно действующему законодательству, все организации обязаны хранить свои документы в течение установленного законом периода времени, причем, как показывает практика, многим из них требуется, чтобы документ не пропал в недрах архива, а был доступен для просмотра в любое время. Кроме того, необходимо иметь возможность менять список сотрудников, имеющих доступ к тем или иным документам.

Естественно, к системе хранения документов государство предъявляет жесткие требования, а именно:

- занесение документов в архив;
- классификация документов по логическим структурам;
- просмотр архивных документов;
- составление сводок и отчетов о документах, находящихся в архиве;
- изменение прав доступа к архивным документам;
- назначение и изменение срока хранения архивных документов согласно Перечню типовых управленческих документов организаций;
- удаление документов из архива;
- протоколирование основных действий с архивными документами.

При прочих равных данная система должна обеспечивать минимальные затраты на организацию процесса хранения документов,

которые в современных условиях в основном складываются из затрат, связанных с арендой помещений, затрат на техническое, кадровое и методическое обеспечение функционирования архива.

Технологию внеофисного хранения документов формально можно разделить на следующие этапы:

✓ **Оформление заявки на депозитарное хранение документов.**

На этом этапе собственник документов оформляет соответствующий договор, в котором указывается объем документов, передаваемых на хранение, и условия их обслуживания. Каждая учетная единица (короб с документами, дело (папка), документ) идентифицируется специальной штрих-кодовой наклейкой. Это позволит в дальнейшем протоколировать все действия, совершаемые с документами (поступление, изъятие, уничтожение документов).

✓ **Вывоз документов из организации.**

На данном этапе транспортная служба вывозит из организации документы, находящиеся в коробах с штрих-кодовыми наклейками и доставляет их в хранилище. Регистрация документов при поступлении в хранилище производится специализированной компьютерной системой учета, хранения и движения документов, которая позволяет предоставить различные виды отчетов. При поступлении в хранилище архивные короба с документами размещаются по стеллажам в произвольном порядке. Специальным сканером считываются 9-значные штрих-кодовые наклейки с каждого документа, 6-значный штрих-код с архивного короба и штрих-код со стеллажа, на котором размещается данный короб. По завершении процедуры сканирования данные интегрируются с локальной компьютерной сетью и происходит передача данных.

✓ **Изъятие документов по запросу их владельца либо предоставление справочной информации.**

Периодически собственнику документов приходится запрашивать те или иные документы, переданные на хранение. Это происходит в случае, если по ним, например, проводится ревизия, или требуется выдача справки сотруднику, или идет судебное разбирательство по вопросам, связанным с предметом документа. В этом случае собственник за определенную плату, указанную в договоре, заказывает необходимый короб (или иную, оговоренную в договоре учетную единицу), и транспортная служба в течение одного дня доставляет его. В данном случае совершается аналогичная (по отношению к поступлению документов в архивное хранилище) процедура сканирования штрих-кодовой наклейки изымаемой учетной единицы. Также в базу импортируется информация о лице, заказавшем данную услугу и о различных опциях заказа. В договоре также могут быть оговорены еженедельный вывоз и соответствующая доставка документов. Большинство документов, образующихся в результате деятельности организации, хранятся 5 лет, реже 10 лет. Документы по личному составу хранятся 75 лет. Соответственно, документы с истекшими сроками хранения следует изъять из архивного хранилища, запротоколировать изъятие и в присутствии владельца уничтожить.

✓ **Уничтожение документов.**

Отбор документов на уничтожение и составление на них акта производится после подготовки описей дел постоянного и временного хранения за этот период. Акт о выделении документов к уничтожению рассматривается на заседании Экспертной комиссии организации. Как правило, специализированные аутсорсинговые компании, оказывающие услуги по внеофисному хранению документов, также предлагают дополнительный сервис в обозначенной сфере. Это позволяет поддерживать полный жизненный цикл документа - от его создания до уничтожения.

В целях обеспечения конфиденциальности и предоставления доступа к документам только авторизованному персоналу компании применяется система авторизации сотрудников. Авторизованный сотрудник сам назначает себе персональный идентификационный номер, который будет запрашиваться для подтверждения любого заказа вместе с его подписью. Главный координатор заверяет список авторизованных сотрудников своей подписью и печатью компании. Этот список впоследствии может быть дополнен либо отменен.

Таким образом, на основе данных, указанных выше, можно заключить, что система совершенствования управления в предприятии путём внедрения аутсорсинга документационного обеспечения управления не только значительно повышает уровень организации управленческой деятельности того или иного предприятия, но и минимизирует временные, трудовые и денежные затраты.

Список использованных источников

1. Документационное обеспечение управления: Учебно-практическое пособие / М.Ю. Рогожин. М.: Проспект: Велби, 2005. с.383.
2. Гаврилова Т.А. Использование онтологий в системах управления знаниями. Режим доступа: www.big.spb.ru/publications.
3. Ларин М.В. Разработка нормативных документов по документационному обеспечению организации. М. : ВНИИДАД, 2007. 320 с.
4. Плескевич А. Аутсорсинг обеспечения управления банковской документацией. Режим доступа: www.osgrm.ru.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Світлана Брайченко,

Кічьова Марія

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

СФЕРИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В статті досліджується місце інформаційних технологій у житті сучасної людини. Описано основні сфери їх використання, наведено приклади.

Ключові слова: Інформація, інформаційні технології, сфери застосування.

В статье исследуется место информационных технологий в жизни современного человека. Описаны основные сферы их применения, приведены примеры.

Ключевые слова: информация, информационные технологии, сферы применения.

The article investigates the place of information technology in the life of a modern person. The main areas of their application are described, examples are given.

Keywords: information, information technology, scopes of application.

«Хто володіє інформацією – той володіє світом». Автором цього відомого висловлювання став Натан Ротшильд – англійський банкір, бізнесмен і фінансист, більше двох століть тому.

Дійсно, інформація у сучасному світі – це стратегічний ресурс. Спотворення інформації чи її викривлення може призвести до серйозних наслідків. Отже, гарантування інформаційної безпеки держави є вельми актуальною проблемою. До того ж це означає, що не тільки інформація є важливою, але й засоби її збереження та передачі, яких у сучасному світі вдосталь. Саме тому ХХІ ст. також називають епохою інформаційних

технологій. Технологій, що забезпечують та підтримують інформаційні процеси, тобто процеси пошуку, збору, передачі, збереження, тиражування інформації та процедури доступу до неї. Саме цим і зумовлена **актуальність** обраної теми. Це питання вже розглядалося багатьма вченими. Свідченням цього є праці Шпицберга А.И. [10], Орлової. Т.В.[7], Бабич І.Н.[2] та інших.

Метою нашої роботи є дослідження сфер використання інформаційних технологій та їх впливу на повсякденне життя людства. За останні десятиріччя суттєво ускладнилися завдання обробки інформації, розвинулися способи формулювання і запису програм роботи машин. Обчислювальні пристрої перетворилися на комп'ютери, а правила роботи – на комп'ютерні програми.

Такі зміни значно вплинули на повсякденне життя людства. Тепер проведення складних розрахунків, для рішення яких раніше виникала потреба у великій кількості часу, здійснюється за лічені хвилини за допомогою комп'ютерів.

Використання інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє сучасним державам розвивати свою інфраструктуру і сприяє підвищенню ефективності надання послуг населенню, залученню його до процесу вироблення і прийняття державних рішень. Але це не єдиний аспект їх реалізації.

Для полегшення подальшого опису інформаційних технологій, програмних засобів та їх користувачів вважаємо за доцільне розділити їх за сферами використання на такі групи [3, 110].

Адміністративні установи, органи влади. До цієї групи відносяться технології та знання, що безпосередньо використовуються в управлінні державою та суспільством, забезпечують управління суспільною думкою, полегшують процес виборів, підрахунку голосів, тощо. Перехід

співробітників тільки фіскальної служби від роз'єднаної роботи з паперовими документами до технології колективної роботи з електронними документами дозволяє: розгрузити податкових інспекторів; зекономити час вирішення функціональних завдань; ліквідувати черги у податкових інспекціях; перейти до безконтактного способу подачі декларацій та облікових розрахунків фізичними та юридичними особами; проводити централізовану обробку цілої низки податкових документів; ввести реєстр платників податків; ідентифікувати громадян; обмінюватися інформацією з різними відомствами [1, 117].

Банківські та фінансові установи. Ця група орієнтована на точний розрахунок. Займається грошовим оборотом: кредитами, виплатами, зборами та іншими фінансовими операціями. Автоматизоване ведення бухгалтерського обліку в бюджетних установах сприяє підвищенню оперативності, аналітичності та достовірності облікових даних; розширенню контрольних функцій; удосконаленню організації та методології обліку та звітності; можливості автоматизованої взаємодії інформаційних систем підприємства і федерального казначейства, податковими та територіальними фінансовими органами і т.д. [1, 138].

Підприємства. Присутня велика матеріально-технічна база. Використовується значно більший обсяг технологій, що відповідають за збір, сортування, обробку та подальшу передачу або продаж продукції (послуг). Передбачає операції з розрахунками та можливе кооперування у вигляді передачі технологій або інформації посередникам, допоміжним організаціям, тощо.

Медичні установи. Реалізуються завдання: економного кодування записів ЕКГ для підвищення радіотелеметричного протоколу передачі даних; рішення комплексу медичних та організаційних питань, що виникають при побудові надійних алгоритмів верифікації записів,

отриманих від конкретного пацієнта, та ефективних методів інтерпретації отриманих даних, на основі порівняння їх з даними архіву [8, 168]; протезування, з використанням біоелектричних протезів верхніх кінцівок. [4]; комп'ютерної томографії; використання інформаційних технологій у роботі клінік та стаціонарів [5].

Навчальні заклади. Створення, впровадження та розвиток комп'ютерно орієнтованого освітнього середовища на основі інформаційних систем, мереж, ресурсів і технологій. Оперативне оновлення навчальної бази; отримання інформації про результативність педагогічного процесу.

Домашнє використання. Включає такі можливості: швидше і якісніше виконати будь-яку роботу, пов'язану з комп'ютером; знайти додатковий прибуток, фільм, книгу, музику для відпочинку, опрацювати фотографію, спілкуватися через Інтернет; використовувати файлові обмінники; створювати блоги та сайти [9].

Таким чином, дослідивши проблему повсякденної реалізації прикладних аспектів інформаційних технологій, ми дійшли висновку, що на даний момент вони значно впливають на наше життя, адже використовуються у всіх його сферах.

Список використаних джерел

1. Автоматизированные информационные технологии в налоговой и бюджетной системах : Учебное пособие / Под ред. Г.А. Титоренко . М. : ЮНИТИ-ДАНА. 2001. 191 с.

2. Бабич І.Н. Новые образовательные технологии в век информации // Материалы XIV Международной конференции «Применение новых технологий в образовании». Троицк: Фонд новых технологий в образовании «Байтик». 2003. С. 68–70.

3. Баховець О.Б., Грінченко Т.О., Гуляєв К.Д., Полумієнко С.К., Рибаків Л.О. Тюрін В.В. Передумови становлення інформаційного суспільства в Україні // Азимут-Україна. К., 2008.

4. Біонічні протези [Електронний ресурс] // ТОВ "Приватне Київське протезно-ортопедичне підприємство". Режим доступу: http://pkrop.com.ua/upper_prosthetics4.html.

5. Информационные технологии в медицине [Електронний ресурс] // Инфофарм. Режим доступу: http://info-farm.ru/alphabet_index/i/informacionnye-tekhnologii-v-medicin.html.

6. Інформаційні технології навчання [Електронний ресурс] // НПУ. ЕДУ. Режим доступу: http://npu.edu.ua!/e-book/book/html/D/ispu_kioivist_Ficyla_Pedagogika_VSh/770.html

7. Орлова Т.В. История современного мира (XV–XX века) // Викар. К. 2007. 552 с.

8. Файнзильберг Л.С. Компьютерная диагностика по фазовому портрету электрокардиограммы // Междунар. науч.-учеб. центр информ. технологий и систем НАН и МОН Украины. К. : Освіта України. 2013. 191 с.

9. Что такое IT? [Електронний ресурс] // IT-уроки. Режим доступу: <http://it-uroki.ru/uroki/urok-1-chto-takoe-it.html>.

10. Шпицберг А.И. Влияние информационных технологий на деятельность современного общества // Молодой ученый. № 62. 2014. С. 81-83.

А.И. Михеева,

Ш.Н.Ганиева

Ферганский политехнический институт

Фергана, Узбекистан

РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ЧЕЛОВЕКА И КОМПЬЮТЕРА

В статье рассмотрены проблемы, связанные с здоровьем человека. Также определены плюсы утренней и вечерней пробежки

***Ключевые слова:** утренняя пробежка, регулярные занятия, фитнес, процесс обмена веществ, предварительная подготовка.*

The article deals with the problem of maintaining human health, maintaining his body in good physical shape. Also identified pluses morning and evening run

***Keywords:** morning jogging, regular classes, fitness, metabolic process, preliminary training.*

С каждым годом всё больше людей задумываются о своем здоровье. Они начинают обращать внимание на то, что они едят. Многие приобщаются к спорту. Такие наши сограждане прекрасно понимают, что спортивные занятия позволяют поддерживать себя в прекрасной форме, иметь стройное тело и меньше болеть. Немало любителей спортивных занятий довольно часто в качестве основного способа нагрузки выбирают пробежки. Они особенно актуальны для тех людей, которые проводят весь рабочий день в офисе перед монитором компьютера. Им как никому другому пробежки незаменимы, поскольку позволяют избежать застоя крови и исключить возникновение различных патологий внутренних органов. Любители пробежек довольно часто задаются вопросом, какое время лучше всего выбирать для занятий этим видом тренировок – утренние часы или же посещать парк или стадион в вечернее время.

Следует сказать, что у специалистов по фитнесу на этот вопрос обычно не дает однозначный ответ. Всё дело в том, что пробежка утром оказывает на организм человека одно воздействие, а когда тренирующийся бежит в вечерние часы, то возникает совершенно другой эффект. Однако в любом случае, вне зависимости от того, в какое время вы решите бегать, можете не сомневаться в том, что принесете своему организму наибольшую пользу.

Специалисты уже давно говорят о том, что пробежки имеют большое значение для укрепления здоровья. Когда человека начинает бегать на стадионе, то основной положительный эффект, который возникает - происходит улучшение процессов обмена веществ в организме. Кроме этого возникает и другой положительный момент. Он выражается в том, что происходит укрепление защитных сил иммунной системы. Если человек имеет лишний вес и он решил избавиться от него, то пробежки является лучшим решением. При регулярных занятиях избавление от ненужной массы происходит довольно быстро. Также специалисты отмечают и еще один важный момент. Когда человек регулярно бежит, то сердечная мышца тренируется. В результате в работе сердца не возникает сбоев.

Плюсы утренней пробежки.

У варианта пробежек в утренние часы имеются как сторонники, так и противники. Люди, которые отказываются от тренировок ранним утром, имеют свою точку зрения. Они не хотят нагружать физическими нагрузками свой организм в начале дня по той причине, поскольку не сомневаются в том, что организму довольно сложно перестроиться после состояния расслабленности, в котором он находился в течение всей ночи. У многих таких людей есть мнение, что если тренироваться утром, то можно нанести серьезный урон внутренним органам и системам организма

человека. Некоторые отказываются от тренировок утром и по той причине, что не могу заставить себя подняться очень рано и пойти на стадион. Иногда препятствует занятию спортом то, что на улице стоит пасмурная погода. Некоторые отказываются от тренировок по той причине, что у них был сложный день и им сложно проснуться очень рано и идти заниматься спортом у них просто нет сил, а иногда и желания.

Если у вас есть четкое убеждение в том, что утром занятия спортом не принесут вашему организму пользу, то не стоит пересиливать себя. Если заниматься пробежками не по собственной воле, а только по принуждению, то положительных моментов для вашего организма это не принесет. Если же у вас есть желание бегать утром, то необходимо подумать о том, как максимально качественно подготовиться к предстоящему занятию. Необходимо провести предварительную подготовку, прежде чем отправиться на беговую дорожку на ближайший стадион.

Для этого необходимо, перед тем как отправиться на место занятий, находясь дома, принять контрастный душ. Кроме того, необходимо загрузить твой организм. Стакан воды или сока вполне допускается. Не возбраняется и легкий перекус. Перед тем как начинать бегать, необходимо подумать о мышцах. Они должны быть хорошо разогреты, поэтому следует выполнить не продолжительную разминку. Только после того как всё это будет сделано, можно заниматься непосредственно бегом.

Специалисты говорят о том, что лучшим временем для занятий бегом является время между 6 и 8 часами. Именно в это время организм находится на пике своей активности. К тому же, когда вы находитесь на улице в это время, то нет сильной жары. А значит, ваша тренировка будет проходить в максимально комфортных условиях. Если вы всё сделали правильно и провели качественную тренировку, то это позволит вам не

только разбудит организм после сна, но и получить мощный заряд энергии. Его вполне хватит на весь целый день. К тому же пробежка утром это прекрасный вариант, если есть желание избавиться от лишних килограммов. Именно утром уровень глюкозы в крови находится на минимуме. По этой причине, когда вы тренируетесь в утренние часы, то энергию для работы мышц и организм будет брать не из запасов печени, а использовать именно жировые отложения, которые имеются на вашем теле. Для того чтобы усилить эффект и сжечь максимальное количество жира за тренировку вы можете отказаться от легкого перекуса перед походом на стадион и побегать на спортивной площадке натошак.

Пробежки в вечернее время.

Для того чтобы обеспечить максимальную эффективность от вечерних тренировок необходимо не только использовать для занятий качественную спортивную обувь, но и позаботиться об утяжелителях. Это позволит вам не только обрести стройное тело, но и вдобавок к этому накачать свои мышцы. В результате ваше тело приобретет довольно привлекательный рельеф. Многие специалисты убеждены в том, что для сброса лишних килограммов вечерние тренировки на стадионе совсем не подходят. Если вы решите бегать только по вечерам и поставите перед собой цель избавиться от лишних килограммов, то на достижение хорошего результата за короткий срок вам рассчитывать не стоит. Такой вариант занятий отлично подходит для тех людей, которые имеют привлекательную фигуру, при этом у них имеется желание просто улучшить ее. Бегая по вечерам каждый день, жировые отложения будут уходить постепенно, однако происходить это будет гораздо медленнее по сравнению с занятиями, проводимыми в утренние часы.

Если по какой-то причине вы выбрали для себя именно пробежки в вечернее время, то вам наверняка будут полезны следующие советы. Когда

вы находитесь на стадионе и совершаете пробежку, то необходимо чтобы ваше дыхание было ровным и глубоким. Дышать необходимо не ртом, а носом. В этом случае никаких неприятных ощущений во время занятий тренирующийся испытывать не будет.

Для того чтобы получить провести качественную пробежку, необходимо перед тем как отправляться на спортивную площадку, немного перекусить. Если у вас появился легкий голод, то для того чтобы заглушить его, вы можете устроить для себя легкий перекус. Отличным вариантом будут фрукты. В качестве дополнения к ним может стать стакан кисломолочного продукта. Например, отлично подойдет кефир. Когда ваша пробежка завершится, то, придя домой, не следует сразу же усаживаться за стол. Необходимо подождать в течение 2 часов. Когда это время пройдет, то можно отправлять на кухню и трапезничать. Перед тренировкой специалисты не рекомендуют плотно кушать. Если вы съедите что-то вредное, например, блюда из продуктов с повышенным количеством жира или побалуете себя копченостями, то находясь на стадионе у вас возникнет лень и вы просто сами не захотите бегать выбранную дистанцию. Кроме этого во время тренировки у вас могут возникнуть и другие проблемы. Например, у вас могут появиться перебои в работе сердца или же давление может резко упасть или повысится.

Начиная заниматься бегом на стадионе, не следует сразу же выбирать большую скорость и бегать на длинную дистанцию. Необходимо начинать со спокойного бега. Со временем скорость можно увеличивать. Когда вы пришли со стадиона, то для того чтобы вернуть себе комфортное состояние, вы можете принять теплую ванну и полежать в ней некоторое время.

Список использованных источников

1. Азарян Р.Н. Педагогическое исследование влияния многолетних занятий физической культурой и спортом на развитие и воспитание слепых и слабовидящих школьников. М.: ВОС, 1989.
2. Башкирова М. М. Физическое активность и спорт среди инвалидов: реальность и перспективы. *Спорт для всех*. 1999. № 1-2.
3. Булкин В. А., Мишарина С. Н. Новый метод развития координации движений у инвалидов по зрению. *Теория и практика физической культуры*. 1997. № 9.
4. Васильева Т. В жизни всегда есть место спорту. *Социальное обеспечение*. 1997. № 7.
5. Вернер Д. Реабилитация детей-инвалидов. М., 1995.

Юлія Щегельська

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Київ, Україна

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕР'ЄРНИХ ДОДАТКІВ ЗМІШАНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ЕМПІРИЧНОМУ МАРКЕТИНГУ ТА ПРОМОЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

У статті досліджено специфіку використання інтер'єрних MR-додатків такими комерційними брендами як «IKEA», «Amazon», «Houzz» та «StiyStil». Виявлено, що додатки такого роду можуть застосовуватися не тільки з метою стимулювання збуту продукції на основі віртуального емпіричного маркетингу. Як свідчить практичний досвід окремих із вказаних вище брендів, вихід інтер'єрного MR-додатка на ринок може використовуватися як інформаційний привід, довкола якого будується промоційна кампанія.

Ключові слова: *додана (доповнена) реальність (AR), змішана реальність (MR), інтер'єрні MR-додатки, емпіричний маркетинг, реклама, PR.*

В статье исследована специфика использования интерьерных MR-приложений такими коммерческими брендами как «IKEA», «Amazon», «Houzz» и «StiyStil». Выведено, что приложения такого рода могут применяться не только с целью стимулирования сбыта продукции на основе виртуального эмпирического маркетинга. Как показывает практический опыт некоторых из указанных выше брендов, выход интерьерного MR-приложения на рынок может использоваться как информационный повод, вокруг которого строится промокампания.

Ключевые слова: *дополненная реальность (AR), смешанная реальность (MR), интерьерные MR-приложения, эмпирический маркетинг, реклама, PR.*

The article explores specificity of the interior MR-applications' use by such commercial brands as IKEA, Amazon, Houzz and StiyStil. The Author has established that applications of this kind can be used not only to stimulate sales of products based on virtual empirical marketing. As the practical experience of some of the above-mentioned brands has shown, the interior MR-application's market entering can be used as a news peg for development of promotional campaign.

Keywords: *augmented reality (AR), mixed reality (MR), interior MR-applications, empirical mating, advertising, PR.*

Інтер'єрні додатки змішаної реальності (mixed reality додатки/ MR-додатки) допасовують визначений цифровий об'єкт (віртуальні меблі та інші предмети побуту) до особливостей будь-якого фізичного середовища. Сучасні додатки такого роду, що створюються на основі платформ «Apple ARKit 2» та «Google ARCore», сканують приміщення або відкритий простір й інтегрують 3D меблі у визначене середовище в реальному масштабі у потрібному ракурсі відповідно до заданих умов і здатні навіть враховувати особливості освітлення фізичного простору. Таким чином, споживачі можуть побачити чи пасують обрані ними віртуальні меблі до інтер'єра приміщення у цілому.

Такі MR-додатки одночасно є як інструментом емпіричного маркетингу (оскільки дозволяють споживачам взаємодіяти із продуктом і навіть відчутти себе його власниками ще до моменту придбання), так і інструментом промоційних комунікацій (оскільки вихід такого додатка на ринок стає інформаційним приводом, довкола якого будується рекламна і PR кампанія).

Однак не всі компанії, які володіють MR-додатками, використовують їх з промоційною метою. Така ситуація пов'язана, насамперед, з малими обсягами виробництва, а також браком коштів на рекламу та PR.

«ІКЕА» є одним з небагатьох брендів, який на постійній основі проводить промокампанії з використанням інструмента augmented reality (AR або ж додана реальність). Авторське визначення цього терміна з урахуванням специфіки його використання у сфері промоційних комунікацій наведено нами у науковій статті «Методи просування книжок з ефектом доданої реальності на українському ринку (на прикладі AR-книг «Аліса у Країні Див» і «Аліса у Задзеркаллі»)» [1]. Змішана реальність є особливо якісним різновидом доданої реальності.

Швецька компанія «ІКЕА» використовує технології доданої реальності для підвищення попиту на товари ще з 2010 р.

Першу AR-програму для «ІКЕА» було розроблено австралійською фірмою «Explore Engage». Для промоції її застосування було відзнято демонстраційний відеоролик із покроковим роз'ясненням методики роботи: 1) споживач мав вирізати у каталозі меблів спеціальний купон із написом «ІКЕА»; 2) розмістити ноутбук так, щоб його камера показувала ту частину кімнати, де мають стояти меблі; 3) зайти на сайт компанії і обрати необхідний вид меблів; 4) розмістити купон перед камерою ноутбука і рухати ним, допасовуючи 3D меблі до кімнати; 5) замовити вподобані меблі [7].

Очевидно, що зазначена процедура була занадто складною та незручною, а якість 3D-графіки – досить низькою. Тим не менш, таким чином, уперше у міжнародній практиці продажів споживачі ще до здійснення покупки отримували можливість подивитися, чи пасують обрані ними меблі «ІКЕА» до інтер'єру кімнати.

У 2011 р. американська компанія «Merlin Mobility» (нині «CN2») створила для «ІКЕА» першу AR-інструкцію. При наведенні камери мобільного пристрою на роздруківку інструкції AR-додаток дозволяв побачити 3D проєкції меблів та їх складових частин, що полегшувало складання [8].

У 2012 р. «ІКЕА» оприлюднила каталог на 2013 р. із технологією доданої реальності. Відсканувавши спеціальну позначку в каталозі через MR-додаток, споживачі отримували можливість переглянути анімовані 3D проєкції меблів, промоспоти, перейти на сайт виробника і подивитися фотографії меблів в інтер'єрі [9].

У липні 2013 р. «ІКЕА» для промоції каталога продукції на 2014 р. розпочала показ рекламного ролика, в якому роз'яснювалося що саме слід

було зробити, аби у кімнаті з'явилися 3D меблі: споживач повинен був відсканувати сторінку із друкованого каталога з обраним товаром і розмістити цей каталог у тій частині кімнати, в якій мав відобразитися AR-об'єкт. Ця рекламна кампанія із використанням різних відеороликів проводилася у багатьох країнах світу, а також в Інтернеті до 2016 р. включно. На каналі «ІКЕА» в «Youtube» вищевказане відео набрало майже 1,5 млн. переглядів [14].

У вересні 2017 р. «ІКЕА» випустила MR-додаток «ІКЕА Place» для iOS11, що базувався на платформі «Apple ARKit». Через «ІКЕА Place» камера смартфона чи планшета сканувала приміщення, після чого споживач міг розмістити обрані 3D меблі у визначеній ним частині кімнати. Програмне забезпечення автоматично масштабувало віртуальні об'єкти, допасовуючи їх до умов реального фізичного простору. Причому додаток не тільки відображав текстуру матеріалу, з якого зроблений той чи інший предмет, але й враховував освітлення в кімнаті, що автоматично відображалось на віртуальних меблях.

Інформаційна база додатка, що вже на час його запуску містила більше 2000 товарів, включаючи крісла, дивани, столики тощо, і дотепер постійно розширюється. Перевагою «ІКЕА Place» є також можливість здійснення фото- та відеозйомки із AR-контентом.

З метою забезпечення подальшої промоції додатка в цей же період компанія випустила відеоролик «Say Hej to IKEA Place» [15], в якому розповідається про переваги і можливості «ІКЕА Place».

У березні 2018 р. додаток став доступним для Android (платформа «Google ARCore»). На його підтримку «ІКЕА» випустила три промоційні ролики «Matchers Keepers» [11 – 13]. У цих роликах по двоє людей, що мешкають разом, мають обрати через «ІКЕА Place» певний вид меблів,

скажімо, стіл чи диван, та місце їх розміщення. Якщо їхній вибір збігався, «ІКЕА» дарувала їм обраний предмет.

26 березня 2018 р. у рамках промоції MR-додатка «ІКЕА Place» для Android компанія провела AR-акцію в одному з парків Лондана під слоганом «Знайди своє щасливе місце». Учасників популярної phygital AR-гри «Pokémon Go», які знаходилися у день проведення вказаної акції у цьому парку в пошуках чергового покемона, представники бренда «ІКЕА» запросили випробувати фірмовий MR-додаток.

У парку було розміщено інсталяцію з двох стін із вікнами і підлогою, що імітувала будинок. Учасники акції через «ІКЕА Place» мали обрати власний інтер'єр для цього приміщення. Невдовзі служба доставки бренда «ІКЕА» привозила обрані ними меблі та предмети побуту. Про цю AR-акцію було знято проморолик, який було розміщено, зокрема, на сторінці бренда у мережі «Youtube». Однак він не став популярним, і набрав впродовж року від початку проведення акції заледве 12 тис. переглядів [5].

Слід зазначити, що разом із AR-кампаніями впродовж останніх кількох років бренд «ІКЕА» також проводить PR-кампанії, в яких технологія віртуальної реальності використовується як головний інструмент для створення позитивного wow-ефекта.

Один з найбільших онлайн-магазинів «Amazon» також використовує технології доданої реальності для стимулювання збуту продукції та з промоційною метою. Так, у 2017 р. компанія запровадила функцію «AR View» у своєму мобільному додатку для iOS, за допомогою якої споживачі можуть переглянути який вигляд матиме вподобаний товар у їхніх помешканнях.

Цей додаток, подібний до «ІКЕА Place», дає можливість покупцям ще до здійснення покупки зрозуміти, чи пасуватиме за розмірами та

стилем обраний ними товар до інтер'єру оселі. До того ж такий віртуальний об'єкт можна роздивитися з усіх боків.

У 2018 р. «Amazon AR View» став доступним для системи Android. Вихід додатків для кожної із вказаних систем на ринок супроводжувався промоційними кампаніями, що включали серію рекламних роликів роз'яснювального характеру [2 – 4; 10].

З 2017 р. застосовує технології доповненої реальності й міжнародна компанія «**Houzz**», що надає різного роду послуги для створення домашнього декору, в тому числі й можливості здійснення покупки меблів онлайн, а також допомагає знайти професійних дизайнерів чи інших потрібних для проведення оформлення чи ремонту інтер'єру експертів. У травні 2017 р. вона випустила оновлення для свого мобільного додатка «**Houzz**» для iOS з опцією «View in My Room 3D», що дозволяє переглянути тривимірне зображення меблів та предметів побуту у змішаній реальності з урахуванням їх реальних масштабів. На момент виходу додатка на ринок власники iPhone та iPad могли спробувати віртуально допасувати понад 300 тис. одиниць меблів та предметів декору до своїх помешкань [6].

Подібного роду MR-додатки вже існують і на українському ринку. Так, львівська меблева компанія «**StiyStil**», що виготовляє столи та настільні підставки для комп'ютерів з регулюванням висоти, з жовтня 2017 р. використовує мобільний додаток (розробник «Tsukat») для просування своєї продукції. Однак, скористатися цією програмою можуть поки що тільки власники смартфонів на базі iOS. З метою роз'яснення функціональних можливостей цього MR-дodatка було знято рекламно-демонстраційний ролик, розміщений у соцмережі «Youtube» [16].

Висновки. Інтер'єрні MR-додатки дозволяють споживачам взаємодіяти із цифровим продуктом у режимі реального часу із

врахуванням особливостей оточуючого середовища. Сучасні платформи (насамперед, «Apple ARKit 2» та «Google ARCore»), на основі яких вони функціонують, дозволяють створити у MR-додатках фотореалістичний 3D контент, зокрема, накласти тіні та відблиски від реальних об'єктів (у тому числі від фізичних поверхонь, на яких розміщується віртуальний предмет) на об'єкти доданої реальності, а також допасувати тривимірні зображення до інтер'єру із урахуванням справжніх розмірів товарів.

Своєю чергою, це створює більш реалістичний ефект присутності AR-елементів у фізичному середовищі і, відповідно, забезпечує захоплюючий досвід взаємодії користувачів із доданим контентом.

Інтер'єрні MR-додатки дозволяють споживачам відчувати себе власниками обраних товарів до моменту здійснення покупки, і, таким чином, є інструментом емпіричного маркетингу.

Такі додатки є одночасно й інструментом промоційних комунікацій, оскільки їх вихід на ринок слугує інформаційним приводом, що стає основою для різного роду рекламних і PR заходів.

Як свідчить приклад бренда «IKEA», успішні промоційні кампанії, спрямовані на популяризацію MR-додатків, можуть базуватися на основі технології *phygital advergaming*.

Список використаних джерел

1. Щегельська Ю. П. Методи просування книжок з ефектом доданої реальності на українському ринку (на прикладі AR-книг «Аліса у Країні Див» і «Аліса у Задзеркаллі») // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 жовтня 2018 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2018. С. 326–330.

2. Amazon AR View: Need help deciding Try AR view [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uXuxSoqCKv0> (дата звернення: 25.02.2019).

3. Amazon AR View: See it in your home [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=77ZJ3jw6EkA> (дата звернення: 25.02.2019).

4. Amazon AR View: Shopping for your home? Try AR view [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=O9n62P5_5hU (дата звернення: 25.02.2019).

5. AR gamers try out IKEA Place on Android [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=mUytiBfh6kk> (дата звернення: 25.02.2019).

6. Houzz View in My Room 3D [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?time_continue=46&v=xwZZL_RVKO4 (дата звернення: 25.02.2019).

7. IKEA augmented reality demo [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=n4nnLti-72A> (дата звернення: 25.02.2019).

8. Ikea Augmented Reality Instructions [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=UjVL7txfI7E> (дата звернення: 25.02.2019).

9. IKEA 2013 Catalog with Augmented Reality [ENGLISH] [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=zPfUN4ffssU> (дата звернення: 25.02.2019).

10. Introducing AR view [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uhdOzpb1rm0> (дата звернення: 25.02.2019).

11. Matchers Keepers Ep. 01: Couches [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uI7VwD348Bk> (дата звернення: 25.02.2019).

12. Matchers Keepers Ep. 02: Lamps [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=chnHeBc1KXA> (дата звернення: 25.02.2019).

13. Matchers Keepers Ep. 03: Desks [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=oaGWM0m8mq4> (дата звернення: 25.02.2019).

14. Place IKEA furniture in your home with augmented reality [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=vDNzTasuYEw> (дата звернення: 25.02.2019).

15. Say Hej to IKEA Place [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=UudV1VdFtuQ> (дата звернення: 25.02.2019).

16. StiyStil AR [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=UMB-0jt0w8> (дата звернення: 25.02.2019).

**Валентина Бабіна,
Олександр Захаренко**
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Інтернет – в сучасному розумінні - важливий аспект для політичної реклами, для самореалізації політичних думок та початкувань та сервіс для просування себе як політичної фігури.

***Ключові слова:** Інтернет, політика, реклама, PR, просування, політична платформа.*

Інтернет – в современном понимании – важный аспект для политической рекламы, для самореализации политических мнений и начинаний и сервис для продвижения себя как политической фигуры.

***Ключевые слова:** Интернет, политика, реклама, PR, продвижение, политическая платформа.*

The Internet – in the modern understanding is an important aspect for a political advertisement, for self-realization of political opinions and and service for advancement it selfas a political figure.

***Keyterms:** the Internet, politics, advertisement, PR, advancement, political platform.*

Інтернет – незмінний атрибут сучасної політики. Однак, люди не цілком доцільно навчилися використовувати можливості даного технологічного феномена, здатного формувати політичну реальність і одночасно залучати їх у взаємини з владою. В сучасних умовах Інтернет стає одним з ефективних способів впливу зовнішньої соціально – економічного середовища на політику.

Політичні комунікації в інтернеті розвивається так само стрімко як і мережу в цілому. Стають популярними сервіси блогів відомих політиків, соціальних мереж прихильників різних партій [2, 66].

Р. Ж. Шварценберг: «Політичні комунікації - це процес передачі політичної інформації, завдяки якому вона циркулює від однієї частини політичної системи до іншої; від політичної системи до соціальної». Перш за все, тут мова йде про природу політичних текстів, що представляють собою послання, які уособлюють і узагальнюють владні значущі смисли політичних явищ. Саме за рахунок символічного навантаження текстів людина здатна ідентифікувати себе як політичного актора, освоїти певні функції в політичному просторі. За А. І. Соловйовим символічні уявлення формуються у людей чотирма способами: шляхом використання міфологічних образів, опорою на релігійні фрейми, за рахунок ідеологічного сприйняття світу політики, а також вироблені за рахунок рекламних технологій. Таким чином, символічні уявлення дають можливість людині сприймати, оцінювати і обговорювати соціальні проблеми як політичні, мислити в політичних категоріях, відрізнити союзника від противника.

До засобів політичної комунікації прийнято відносити ТВ, радіо, друк, а з недавніх пір і Інтернет. Якщо традиційні засоби політичної комунікації вимагали особистого контакту з виборцями, нині ж такі властивості мережі, як анонімність, відсутність цензури, оперативність – висувають на перші ролі Інтернет-технології [4].

За словами А. А. Чеснокова «починається формування нового великого каналу політичної комунікації, динаміка розвитку якого може перевернути уявлення, як про характер забезпечення політичної діяльності, так і про традиційних інструментах політичної участі». Неухильно зростає кількість Інтернет-користувачів, зручність доступу і різноманітність

ресурсів мережі змушує політичні організації зайнятися освоєнням Інтернету як нового засобу масової комунікації.

Про необхідність серйозно сприймати можливості Інтернет комунікацій говорять емпіричні факти: за даними фонду «Громадська думка» на початок 2008 року, кількість Інтернет користувачів в Росії збільшилася на 20%, і вже кожен четвертий житель країни є інтернет-користувачем. Причому в основному це виборча частина населення з вищою і незакінченою вищою освітою.

Однак, важливу роль грає не стільки кількість користувачів, скільки їх довіра до представленої інформації на просторах віртуального простору глобальної мережі. Поки воно значно поступається ТБ, радіо і друку. Це пов'язано, в більшій частині, з молодістю даного виду комунікації. І вже, більшість політичних діячів використовують Інтернет як засіб для агітаційно-пропагандистської діяльності.

Про Інтернеті говорять часто як про форму контролю над свідомістю і поведінкою людей. Застосовані форми і методи інформування, по суті, спрямовані на виняткове конструювання політичних процесів (політичних реакцій, запитів населення, запитів самих політичних діячів).

Таким чином, політичні структури, які не мають такого інформаційного супроводу своїх проєктів, втрачають позиції і, в наслідок, скорочують свій вплив на процес прийняття політичних рішень. Завдяки можливості ефективно здійснювати інформаційний вплив, політичні діячі і партії звільняють людей від тягара відповідальності і роблять їх поведінку максимально передбачуваною і керованою.

Яким же чином Інтернет встановлює контроль над свідомістю? Більшість учених погоджуються з тим, що в епоху інформаційного суспільства велика частина населення віддає свої політичні уподобання, ґрунтуючись на не раціонально, а на емоційному виборі (симпатії /

антипатії). В якості універсальної маніпулятивної технології, яка використовується в масових інформаційних процесах, потрібно виділити формування і розподіл образів. Образ, створений на просторах глобальної мережі є вигаданим, віртуальним, симулятивно. Однак простою людиною він сприймається як реальний. Розмивання кордонів реального і віртуального і є основним завданням політтехнологів, які просувають свій «товар», в якості якого виступає будь-якої політичний суб'єкт [3, 22].

При створенні політичних образів в мережі Інтернет головну роль грає семиотичні складові. У зв'язках між людьми переважають символічні посередники: не стільки речові і реальні об'єкти, скільки вигадані. Люди спілкуються з віртуальними образами за допомогою інформаційних символів. Символи – це сфера несвідомого, і їх правильне використання служить головною «чарівною паличкою» в конструюванні віртуальних політичних образів. Тому інформація, представлена в мережі, формує і надовго закріплює в свідомості користувача стійкі уявлення про того чи іншого політичного діяча, партії, організації і т.д.

З огляду на, що Інтернет є практично невичерпним інформаційним ресурсом, його можна використовувати в усіх формах деструктивного інформування (дезінформація, фальсифікація відомостей) для маніпулювання свідомістю мас. Дані прийоми активно використовуються політичними партіями, діячами в своїх передвиборчих кампаніях в боротьбі з опонентами. Популярність Інтернет супроводжується конкуренцією, боротьбою суб'єктів політики за кіберпростір, за володіння свідомістю інтелектуального прихильника мережі. Останні серії федеральних і регіональних виборів поставили перед російськими партіями завдання більш серйозніше ставиться до можливостей Інтернет. Однак за даними рейтингу, який складається за рівнем розвитку «електронного уряду», Україна в 2005 році займала 52-е місце, а в 2008

році – 72-та. Звідси випливає висновок, що Україна не користується комунікативним потенціалом Інтернет, більш того, в інших країнах йде прогрес в цьому плані, а в нашій державі, судячи по цифрам – регрес.

Ставлення влади до комунікацій в мережі неоднозначно. З одного боку, формується новий механізм здійснення влади, Інтернет істотно збільшує кількість людей, які впливають на влада. З іншого боку, у влади з'являється додаткова можливість контролювати населення, з допомогою формування позитивного віртуального образу влади в очах населення [1, 14].

За словами В. Лапкина «Інтернет – це простір неінституціональних комунікацій». А поширення Інтернет-культури сприяє швидше деінституціоналізації політичної свідомості росіян. У зв'язку з цим, у міру збільшення ролі Інтернет як посередника між владою і громадянами значно зменшується роль традиційних політичних акторів. При цьому, потрібно зазначити, що мережа – це простір політичної свободи в сенсі відсутності політичної підконтрольності всього віртуального поля, на відміну від інших засобів масової інформації. Таким чином, скласти інформаційне повідомлення про політику (партії), і, як сконструювати його віртуальний образ, залежить від конкретної ситуації. Але існують 2 універсальних, головних правила, якими повинен керуватися політтехнолог в ході своєї роботи:

- публіка Інтернету більш затребувана до якості матеріалу. Слід врахувати, що користувач перед екраном комп'ютера більш уважно вчитується до повідомлення;

- швидкість читання у користувача вище, ніж при читанні газет. Отже, потрібно максимально скоротити повідомлення, при цьому зробивши його найбільш інформативним.

Якщо говорити про методи оцінки інформації, то існують кількісні і якісні: кількісні- це відстеження кількості переглядів / коментарів, яке відбувається за рахунок підрахунку «Кліків»; якісні – це найчастіше контент - аналіз, тобто розбір тексту.

У висновку хочеться відзначити, що політичний потенціал Інтернет ще не до кінця зрозумілий і освоєний. Однак, політичні комунікації в мережі потрібно вдосконалити і розвивати, щоб політичні ресурси відповідали бажанням і настроям цільових аудиторій, пропонуючи нові комунікаційні рішення і способи зворотного зв'язку. Зростає кількість тих, хто переконаний в комунікативній перевазі Інтернет в порівнянні з традиційними засобами масової комунікації – це дає новий імпульс розвитку взаємодії між владою і суспільством [1, 98].

Список використаних джерел

1. Балугев Д. Г. Современная мировая политика и проблемы личностной безопасности. Н. Новгород: ИСИ ННГУ, 2002. 208 с.
2. Брусницын Н. А. Информационная война и безопасность. М.: Вита-Пресс, 2001. 280 с.
3. Бухарин С. Н., Цыганов В. В. Методы и технологии информационных войн. М.: Академический проект, 2007. 384 с.
4. Коровин В. М. Третья мировая сетевая война. СПб.: Питер, 2014. 352 с.

S.S. Beknazarova,

K.P. Abdurakhmanov

Tashkent University of information technologies

named after Muhammad al-Khwarizmi

Tashkent, Uzbekistan

TRAINING OF MULTIMEDIA FORMATION FROM POSITIONS OF INTEGRATION OF MEDIA FORMATION IN EDUCATIONAL PROCESS

В статье раскрыта эффективность интегрирования медиаобразования в учебный процесс с учетом задач медиаобразования и формирования информационно-коммуникационной компетентности, а также классификация.

***Ключевые слова:** медиа, медиаобразование, информация, мультимедийные технологии, ИКТ.*

In article possibility of integration of elements of media formation with information-communication and multimedia technologies in system of improvement of professional skill of teachers taking into account problems of media education and formation of information-communication competence and describe classification of the purposes of training of a subject is described «Multimedia formation» from positions of integration of media formation in educational process, for the purpose of training improvement of quality in high schools.

***Keywords:** media, media formation, information, multimedia technologies, ICT.*

From the moment of independence acquisition in Uzbekistan it is carried out radical changes in an education sphere various methods of improvement of a national education, preparation of the highly skilled experts who are meeting the requirements of the present and being an integral part of a labor market, in particular, are developed. Modernization of educational system of our state is provided in “The national program on a professional training”, in which the importance of working out of concepts on improvement of educational process,

global tendencies of transition to a postindustrial, information society is especially underlined. The information society in a new fashion defines process of communications and perception of the information. Process of information of a society makes essential impact on education system development, puts the new purposes and problems, changes requirements to total literacy and competence of new experts.

Media formation (English media education from an armor. media - means) – a direction in the pedagogic, supporting studying? Laws of a mass communication (the press, TV, radio, cinema, video etc.). The Primary goals of media formation: to prepare new generation for a life in modern information conditions, to perception of the various information, to learn the person to understand her, to realize consequences of its influence on mentality, to seize ways of dialogue on the basis of nonverbal forms of communications by means of means [The Russian pedagogical encyclopedia, 1993, c.555].

Media formation techniques have as a whole common positions:

- studying of theoretical bases of functioning of mass media;
- use of the information of media in educational process;
- integration of media educational technologies with obligatory disciplines of a training course etc.

As indicators of efficiency of media formation act: 1) a level of development of various kinds of active thinking (figurative, logic, creative, associative); 2) abilities of perception, understanding, estimation, interpretation of various media texts, a level of development of communicative abilities of pupils; 3) abilities to understand tasks in various formulations and contexts to find the demanded information in various sources; 4) abilities of pupils to use the knowledge (critical ideas and principles) in new situations, level of obligations, interest and motivation which pupils possess; 5) abilities to decode and critically to analyze and estimate media texts in a historical, social and

cultural context, understanding thus relations between an audience, the media text and surrounding validity; 6) abilities on the basis of the received knowledge to create own media texts of various character to discuss the media projects, as well as the media texts created by other people; 7) to be guided in the world of media, critically to estimate abilities of an audience experience and the samples of behavior extended through media etc. Use of the theory of development of critical thinking in model of media formation will promote formation at students of abilities to be protected from influences of media, to be guided in an information stream of a modern democratic society.

The original reference point in the conditions of an overabundance of the versatile information is necessary for students. Abilities of competent perception of the media information, its understanding, the analysis, knowledge of mechanisms and consequences of its influence on an audience are necessary to youth. Students should learn to define distinction between the facts set, well-known and demanding check, reliability of a source of the information, admissible and inadmissible statements, distinctions between the main and minor information, partiality of judgment, not clear or ambiguous arguments etc.

Practical components of techniques of media formation reflect specificity of theoretical concepts, characteristic for this or that country. Also it is possible to ascertain that media teachers use similar technologies of media formation: - collective conversations, problem discussions, group discussions; - a photo/video shooting with the subsequent critical analysis of the received results; - creative tasks on reading, the analysis, creation of media texts; - role games; - use of the media information from different sources, in particular the Internet within the limits of obligatory subject matters, etc.

Process of information of a society deduces society on other, higher step of mutual dialogue, moves apart communications frameworks between people. Constant dynamic development of means of an information exchange (oral,

written speech, book culture, computer communication media), prove that means of information telecommunication are the basic engine of progress in particular the certain nation, and also a civilization as a whole. Modern lines of process of information of a society allow to allocate new features of communication media which are presented by a wide range of printing and electronic media which become dynamical, interactive, диалогичними, contextual, alternative and individual [1].

Formation information in the socially-humanistic approach considers information technology as the major part of a human life. It has huge value for development of the future expert and causes to definition of the purposes of training of a new course «Multimedia formation» Information process sees in unity of processes of a computerization, media and intellectualizations, and for realization of an object in view by a more potential media formation possesses. Media formation? It? Process of formation and development of the person with the help and on a material of mass media (media) for the purpose of formation of culture of dialogue with media, creative, communicative abilities, critical thinking, abilities of interpretation, the analysis and an estimation of the media text, training to various forms of self-expression with the help of media techniques [4].

We classify the projected purposes of integration of media formation in a subject «Multimedia formation»: - training, mastering by abilities: perceptions and processing of the information transferred on channels of mass-media (in wide interpretation); to organize own information work and to plan its results; inclusions of the additional information in a context of the general base formation (independent activity), selection of keywords and the concepts allowing students to spend selection of the necessary data from the general stream of the information, allowing to provide qualitative preparation in their independent work; to work with various types of information by means of the

computer and other means of information and communication technologies (ICT) as a necessary condition of transition to system of continuous formation; - developing: development of informative interests, intellectual and creative abilities means ICT; Development of critical thinking, abilities to understand the latent sense of this or that message to resist to a manipulation consciousness of the individual from outside mass-media; - Bringing up: to bring up the responsible relation to the information taking into account legal and ethical aspects of its distribution; the spiritually-moral qualities of the person providing growth of a spiritual core and a moral axis of the pupil; development of skills of application of multimedia means in an everyday life, at performance of individual and collective projects, in educational activity, at the further development of the trades claimed on a labour market. Planning educational process in a subject? Multimedia formation?, according to the above-stated purposes, the teacher can raise level of perception of the information students.

List of references

1. Feodors A.V. development of media competence and critical thinking of students of pedagogical high school. M: UNESCO Publishing house MOO VPP “The information for all”, 2007. 616 with.
2. Jurin A.A. Mediaobrazovanie of schoolboys at chemistry lessons: the Monography. M: GNU ИСМО the Russian Open Society, 2004. And #8722; 184 with.: silt.
3. Fedorov A.V. Media formation in pedagogical high schools. Taganrog: Kuchma, 2003. 124 with. ISBN 5-901625-07-2.
4. Feodors A.V. Model of development of media competence and critical thinking of students of pedagogical high school on employment of a media educational cycle//Innovations in formation. 2007. 7. C.107-116.

Лариса Фёдорова

Международная исламская академия Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

ИКТ В ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ

В докладе рассматриваются роль и место информационно-коммуникационных технологий в организации самостоятельной работы при обучении неродному языку. Приводятся основные виды информационно-коммуникационных технологий. Определяется новый подход к процессу обучения в ходе установления внеаудиторного взаимодействия педагога со студентами и оптимизации самостоятельной работы учащихся.

Ключевые слова: *организация самостоятельной работы учащихся, обучение языку, информационно-коммуникационные технологии.*

The report examines the role and place of information and communication technologies in the organization of independent work in teaching foreign language. Shows the main types of information and communication technologies. Defining a new approach to the learning process during the establishment of out-of-class interaction of the teacher with students and the optimization of independent work of students.

Keywords: *the organization of independent work of students, language training, information and communication technology.*

В современном обществе значительно изменился статус знания языков. Сегодня это уже необходимость. Существует огромное количество методик преподавания языков. В Узбекистане актуальным вопросом при обучении языкам является переориентация учебного процесса на активную самостоятельную работу учащихся [2]. В сегодняшних условиях быстрого обновления и изменения информации важно пробудить у обучаемых интерес к накоплению знаний. Ибо, «как это не кажется парадоксальным, но студенту следует разъяснить, что *научить* языку нельзя, языку можно только *научиться*» [1]. Возможности ИКТ в обучении языкам открывают новые перспективы для индивидуализации обучения, для большего

использования форм парной и групповой работы, и, конечно же, для оптимизации самостоятельной работы учащихся. Как справедливо отмечает П.В. Сысоев, «одной из дидактических функций, присущих ИКТ, является развитие умений осуществлять самостоятельную учебную деятельность» [3, 8].

К несомненным плюсам относится использование компьютера в качестве наглядного пособия. Огромную роль играет психологический фактор: современной молодежи интереснее воспринимать информацию с помощью мультимедийных устройств. Однако развитие ИКТ требует и новых подходов к процессу обучения: доступность информации и возможность ее копирования – повод для списывания уже готового материала. Преподаватель так должен формулировать темы самостоятельной работы, чтобы студенты не просто списывали, а хотя бы компилировали текст. Важным моментом является знакомство учащихся с правилами соблюдения информационной безопасности.

Среди современных ИКТ выделяют социальные сетевые сервисы, аудио-, видеосервисы, микроблоги, социальные сети, электронную почту, веб-форумы, чаты, учебные Интернет-ресурсы [3-5]. В процессе обучения часто используются *блоги преподавателя, личные блоги учащихся и блоги учебной группы*. Блог преподавателя является эффективным средством организации самостоятельной работы учащихся благодаря возможностям информирования студентов об изученном на конкретном занятии материале, размещении тематических ссылок на полезные ресурсы Интернета и источники для дополнительного изучения (чтения и аудирования), публикации ссылок на сетевые тесты по изучаемым темам для факультативной самостоятельной работы, организации внеаудиторного обсуждения изучаемых тем и вопросов, для выполнения студентами письменных творческих заданий (написание сочинений, эссе,

рецензий на просмотренный фильм или прочитанную книгу), добавления комментариев по тому или иному вопросу, аудирования [5, 184].

Электронная почта является самой известной и широко используемой Интернет-технологией. Она дает возможность внеурочного общения преподавателя с учениками. Например, получать письменные задания и отправлять проверенные работы, предоставлять дополнительную информацию по тому или иному вопросу.

Веб-форумы и чаты помогают студентам общаться на неродном/иностранным языке друг с другом и с носителями иноязычной культуры во внеаудиторное время и приобретать опыт межкультурной коммуникации. Что «способствует не только развитию языковых навыков (письма, чтения), но и формирует логику мышления, умение быстро и четко реагировать на ситуацию, принимать решения и формулировать их в письменном виде» [4, 150-151].

Особый интерес представляют *Вэб-квест проекты* – организованная проектная деятельность учащихся с использованием ресурсов сети Интернет. Такой тип заданий один из самых сложных, поскольку «предполагает работу с огромным количеством материала, исследовательскую деятельность и критический анализ информации» [4, 150-151]. Результаты проекта должны быть отражены в виде PowerPoint презентаций в учебном блоге группы с обсуждением работ.

Вики-технология используется для организации внеаудиторной групповой работы (Интернет-взаимодействия) за счёт доступа к вики-документу всех участников проекта.

Самостоятельная работа с аудио- и видеосервисами способствует развитию навыков аудирования и говорения. Всем известна эффективность заданий на самостоятельное прослушивание или просмотр видеозаписей на изучаемом языке, создание собственных видео-файлов. Для

организации такого рода самостоятельной работы можно использовать сервисы *подкастов*, представляющие собой аудио- или видеозапись, доступную для скачивания, прослушивания или просмотра.

Микроблоговые сервисы позволяют зарегистрированным пользователям обмениваться короткими сообщениями во внеаудиторное время, создавать групповые документы и проекты, обсуждать полученные результаты.

Социальные сети имеют огромную популярность во всём мире и тоже могут использоваться в образовательных целях в организации самостоятельной работы при обучении языкам. Студенты, создавая свои личные странички на изучаемом языке, развивают письменную речь, получают возможность делиться полезной информацией, вступать в профессиональные сообщества и группы по интересам (в том числе - для изучения языка, языковой практики).

Овладение языком зависит от того, как часто мы на нём общаемся. Использование ИКТ при обучении помогает восполнить пробел в общении, практически применять и закреплять полученные на традиционном занятии теоретические знания.

Список использованных источников

1. Берман И.М. Методика обучения английскому языку в неязыковых вузах. М. : Высшая школа, 1970.
2. Национальная программа Республики Узбекистан по подготовке кадров. Ташкент, 1997.
3. Сысоев П.В. Информационные и коммуникационные технологии в лингвистическом образовании: Учебное пособие. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.

4. Титова С.В. Информационно-коммуникационные технологии в гуманитарном образовании: теория и практика. Пособие для студентов и аспирантов языковых факультетов университетов и вузов. М., 2009.

5. Фёдорова Л.И. Основные виды ИКТ и их использование при изучении языков в ходе организации самостоятельной работы студентов / Материалы межвузовской научно-практической конференции «Приоритетные направления использования технологий обучения разносистемным языкам», Выпуск 2, Ташкент : ТГПУ имени Низами. Т., 2016. С.184-186.

Н.М. Жураев,

Ш.Н. Ганиева,

Ш.Р. Олтинов

**Ферганский филиал Ташкентского университета
информационных технологий имени Мухаммеда аль-Хорезми
Фергана, Узбекистан**

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ДАННЫХ В ГИС ТЕХНОЛОГИИ

Данные в ГИС организуются различными способами. Наиболее распространённым является послойный принцип. Не будем пояснять его, так как он имеет тот же смысл, что и слой в общеизвестных системах AutoCAD или MicroStation.

Ключевые слова: *организация ГИСа, послойной принцип, AutoCAD, MicroStation.*

Data in a GIS is organized in various ways. The most common is the layered principle. We will not explain it, since it has the same meaning as the layer in the well-known AutoCAD or MicroStation systems.

Keywords: *GIS organization, layered principle, AutoCAD, MicroStation.*

Более перспективным является бес слоевой объектно-ориентированный подход к представлению объектов на цифровой карте. В соответствии с ним объекты входят в классификационные системы, которые отражают определённые логические отношения между объектами предметных областей. Группировка объектов разных классов для разных целей (отображения или анализа) производится более сложным способом, однако, объектно-ориентированный подход более близок к характеру человеческого мышления, чем послойный принцип. Следование ему ведёт к более продуктивным построениям данных в ГИС при решении самых сложных задач. Граница сложности задач, решаемых с помощью простой

"послойной" технологии организации данных ГИС, лежит значительно ниже, чем при использовании объектно-ориентированной технологии.

К сожалению, объектно-ориентированных ГИС очень мало. Одним из редких представителей систем этого класса является ГИС SmallWorld. Среди отечественных таких ГИС, насколько известно авторам, вообще нет.

Чтобы не перегружать данную статью специальными терминами, мы не будем подробно рассматривать очень важный для ГИС-технологий вопрос, связанный с пространственными топологическими отношениями между объектами, отображаемыми на цифровой карте. ГИС, не поддерживающая топологические отношения между объектами, нельзя назвать серьёзной геоинформационной системой, поскольку в этом случае множество аналитических возможностей ГИС просто нереализуемы с необходимой эффективностью. Однако, это тема для другой статьи.

Внутреннее устройство ГИС

При создании инструментальных геоинформационных систем общего назначения перед коллективом разработчиков сразу же возникает множество проблем, как технологических, так и концептуальных.

Первая задача – определение концепции новой системы: основных понятий, которые будут лежать в основе ГИС, а также объектов и процедур обработки информации, на основе которых будет строиться система. Подходить к решению этой задачи необходимо очень ответственно, так как именно концепция будущей системы и совершенство модели данных определяют её успех и живучесть на рынке. При этом разработчику приходится учитывать множество факторов - достоинства и недостатки концепций уже существующих систем, постоянно изменяющиеся требования со стороны прикладных задач, которые должна будет решать система, изменения в информационных технологиях и многое другое.

После определения концепции новой системы и базового набора её функциональных возможностей во весь рост встают технологические проблемы; как сделать так, чтобы а) система работала быстро с большими и даже гигантскими объемами данных; б) корректно работала в локальной сети при совместной работе многих пользователей; в) предоставляла возможность распределенной обработки данных в масштабе территории (например, многих организаций в городе), и множество других вопросов.

Определение концепции системы

При разработке концепции ГИС нужно определиться с принципиальным выбором:

- взять за основу архитектуру одной из существующих систем и в дальнейшем приступить к её «улучшению», создавая свою версию архитектуры (другими словами, заняться определённым копированием чужих идей);
- взяться за разработку принципиально новой архитектуры, не имеющей аналогов.

Оба подхода имеют и достоинства, и недостатки. В первом случае самой серьёзной проблемой является перспектива «изобретения велосипеда», и если его рыночная цена ещё и не очень сильно уступает цене других аналогичных систем, добившихся успеха на рынке, то новой ГИС суждено так и остаться в аутсайдерах. Основная причина неудачи - отсутствие в реализованном продукте технологической новизны в необходимом масштабе.

Второй путь позволяет создать, возможно, удивительный продукт, но существует опасность в его самобытности переборщить настолько, что потребителю будет непонятна вся глубина подхода, да и конкуренты постараются испортить впечатление от продукта. Только немалые вложения в разъяснения и рекламу способны позволить продукту

завоевать рынок. Усложнить дело могут ошибки, связанные отладкой новой технологии. Таким образом, основной недостаток второго пути - прямая противоположность статичности - чрезмерная революционность.

Следование эволюционному подходу может привести к появлению такого продукта, в котором есть немало новаторских решений, который удобен в работе, позволяет решать задачи предметной области и не слишком шокирует пользователей, имеющих опыт работы с другими геоинформационными системами.

При проектировании современной инструментальной ГИС необходимо уделить повышенное внимание концепции и процедурам формирования классификатора пространственных объектов.

Для начала вместо термина слой необходимо ввести термин класс пространственных объектов, для которого определяется набор характеристик, присущих всем объектам данного класса. ГИС должна предоставлять пользователям возможность организации перечня всех классов не в виде линейного списка, а в виде множественных пересекающихся иерархий (не иерархии, подобной наследованию классов, а системе иерархий, подобной применяемой в файловой системе - каталоги и ссылки - ярлыки). Данное требование обусловлено тем, что при составлении сложных муниципальных карт, приходится оперировать не десятками, а сотнями и даже тысячами классов пространственных объектов.

Какие категории характеристик должны определяться для класса пространственных объектов? Можно выделить следующие категории характеристик класса «пространственный» объект:

- Способы отображения пространственных объектов данного класса на карте;

- Набор атрибутивных характеристик пространственных объектов данного класса;
- Набор отношений объектов данного класса с объектами других классов.

Способы отображения пространственных объектов одного класса можно представить в виде таблицы стилей. Каждый стиль описывает, каким образом система должна отображать объект на карте. Для описания сложных способов отображения объектов стиль содержит перечень методов отображения, каждый из которых регламентирует отдельные аспекты отображения объекта: как закрашивать площадные участки объекта, как отображать окантовку объекта, надо ли выводить текст вдоль контура объекта, в каком диапазоне масштабов должен применяться данный метод отображения.

Набор атрибутивных характеристик определяет структуру семантических данных, которыми будет обладать каждый объект класса. Поскольку атрибутивная информация вполне хорошо описывается реляционной моделью, то её принято хранить в реляционных таблицах общего назначения. Тогда инструментальная ГИС должна позволять описывать соответствие между декларированными атрибутивными характеристиками класса и физическими столбцами существующих реляционных таблиц. В идеальной ситуации такая ГИС должна предоставлять возможность создания новых таблиц и изменения структуры существующих реляционных таблиц.

Набор отношений описывает все допустимые и запрещённые связи объектов данного класса с объектами других классов. Связи между объектами можно подразделить на две категории: логические и топологические. Отличие топологических связей от логических заключается в том, что при топологической связи контуры связанных

объектов имеют общие части – вершины или ребра, лишь при этом условии между объектами может быть установлена топологическая связь. При логических связях фиксируется лишь сам факт того, что объекты как-то связаны между собой, их конкретное содержательное наполнение определяется прикладной геоинформационной системой, построенной на базе инструментальной.

Решение технологических проблем

Когда определение концепции системы завершено и определены базовые функции системы, коллектив разработчиков может приступить к началу проектирования и разработки программ. И тут же встают первые проблемы технологического характера.

Хранение пространственных данных

Одним из первых встает вопрос об организации хранения и внесения изменений в пространственные данные. Сложность данной проблемы заключается в объемах данных, с которыми придется оперировать; ведь речь идет не о сотне или тысяче пространственных объектов, а о сотнях тысяч и миллионах. Естественно, что нельзя подойти к решению этой проблемы упрощенно: завести линейный список объектов, при запуске программ загружать весь этот список в ОЗУ, а при сохранении записывать список из памяти компьютера на жесткий диск. При недостатке вычислительных ресурсов (производительность процессора, объем оперативной памяти), что всегда имеет место в ГИС, необходимо применить весьма изощренные структуры данных и реализовать эффективные способы манипулирования большими объемами данных с учётом их размещения на всех уровнях иерархии компьютерной памяти. Напомним, что реляционная модель плохо подходит для эффективного манипулирования пространственными данными.

Рассмотрим несколько вариантов организации хранения пространственных данных.

Все пространство картографируемой территории равномерно разбивается на одинаковые прямоугольные сектора (рис.1).

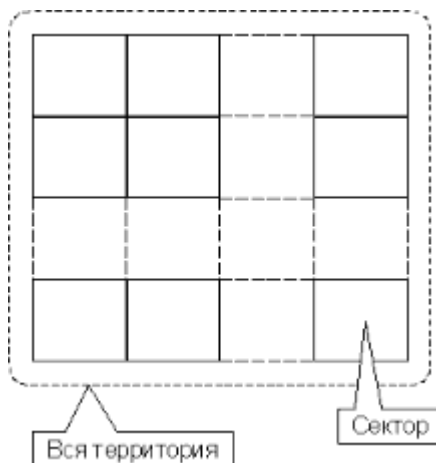


Рис.1

Описанная организация хранения данных позволит быстро определить список секторов, для которых необходимо загрузить блоки данных. Недостатком этого подхода является невозможность определения эффективной разбивки территории на сектора при отсутствии информации о том, сколько пространственных объектов будет на карте и где они будут располагаться. Кроме того, предложенная схема снижает свою эффективность при неравномерном распределении (скупенности) пространственных объектов.

С каждым сектором связывается блок данных, описывающий границы сектора и хранящий две таблицы объектов (рис.2).

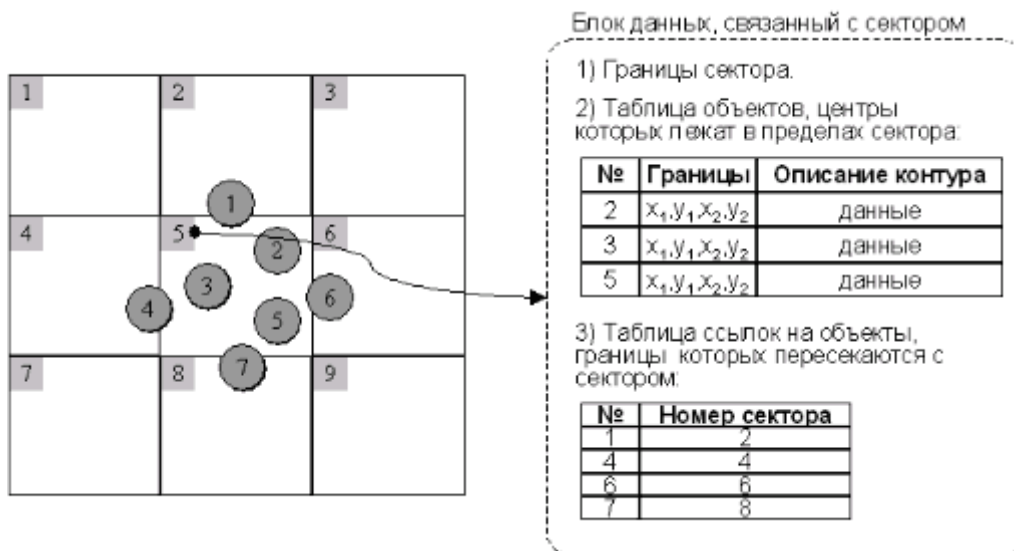


Рис.2

Для устранения указанных недостатков можно использовать другую организацию хранения данных.

По второй схеме территория не разбивается на одинаковые сектора. В начальном состоянии, когда на карте нет ни одного пространственного объекта, существует всего один сектор, границы которого полностью совпадают с границами территории. С этим сектором связан блок данных, содержащий описание границ сектора и список объектов, границы которых полностью лежат в пределах сектора. По мере добавления объектов в сектор при достижении некоторого критического количества объектов происходит разбиение сектора на четыре одинаковых подсектора. При этом объекты, контуры которых полностью лежат в пределах одного из подсекторов, перемещаются в блок данных этого подсектора. Объекты, лежащие на границах подсекторов, остаются в блоке данных родительского сектора. Применяя описанный механизм к подсекторам, получаем иерархию вложенных секторов, с каждым из которых связано относительно небольшое количество объектов (рис.3).

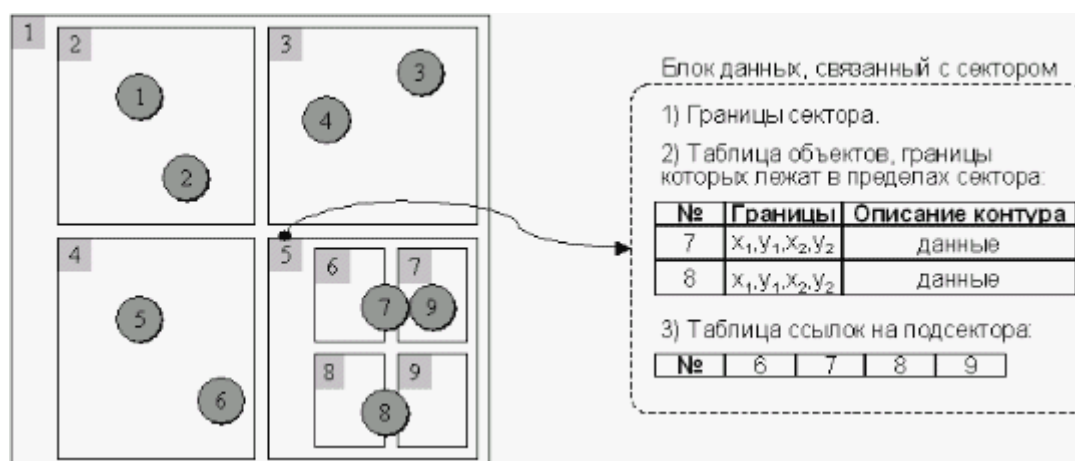


Рис.3

Для определения местонахождения объекта по его номеру необходима таблица, состоящая из двух столбцов: «номер объекта», «номер сектора».

Подход, описанный во втором способе хранения данных, учитывает неравномерность распределения объектов по территории и позволяет хранить объекты относительно небольшими порциями, загружая списки объектов только для нужных секторов. Кроме того, можно составить эффективный алгоритм отбора объектов по заданной прямоугольной области, постепенно отсекая сектора, не содержащие нужную область.

Большинство прикладных геоинформационных систем предназначены не для домашнего использования, а для работы в крупных организациях и учреждениях, коллективу которых необходимо оперативно обрабатывать большие объёмы пространственной информации. В такой ситуации инструментальная ГИС должна обеспечивать возможность работы с одним набором геоинформационных данных несколькими пользователями в пределах локальной компьютерной сети. Задачу осложняет тот факт, что необходимо производить не только просмотр информации, но и совместное – часто одновременное – внесение

изменений в пространственные данные. При совместной работе в сети приходится искать решение следующих проблем:

- внесение изменений в базу данных со стороны нескольких клиентов может привести к нарушению целостности базы данных;
- для приведения в актуальное состояние информации, размещенной в оперативной памяти клиентской программы, необходимо предусмотреть систему оповещения клиентов об изменениях, вносимых в общие данные со стороны одного из клиентов;
- необходимо вводить блокировку одновременному изменению одного объекта со стороны нескольких клиентов;
- создание новых объектов требует генерации уникальных идентификаторов независимо от того, какой клиент инициировал создание объекта.

Решить эти проблемы помогает применение технологии «клиент/сервер». Все перечисленные задачи берет на себя специальное приложение сервера пространственных данных. Клиентские же приложения используют общие данные посредством обращений к приложению сервера.

Общая структура сервера данных ГИС и схема взаимодействия клиентов с сервером приведена на рис.4.

В операционной системе Windows для использования технологии «клиент/сервер» удобнее всего использовать штатный для этой операционной системы механизм DCOM (Distributed Component Object Model), являющийся сетевым расширением технологии COM (Component Object Model). Приложение, построенное в соответствии с принципами COM, предоставляет доступ к своим функциям в виде набора интерфейсов (интерфейсом в COM называется таблица, содержащая адреса функций).

DCOM позволяет общаться приложениям не только в пределах одного компьютера, но и в пределах локальной компьютерной сети.

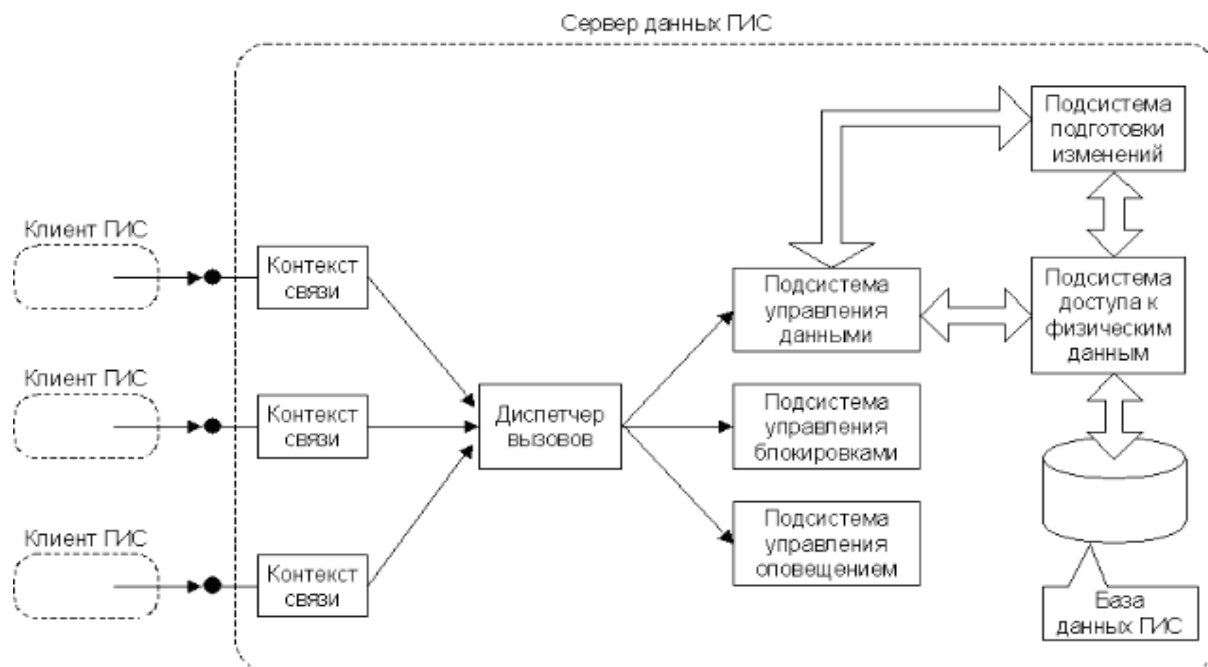


Рис.4

Контекст связи предназначен для обеспечения взаимодействия клиента с сервером и хранения информации, специфичной для конкретного клиента (рис.5).

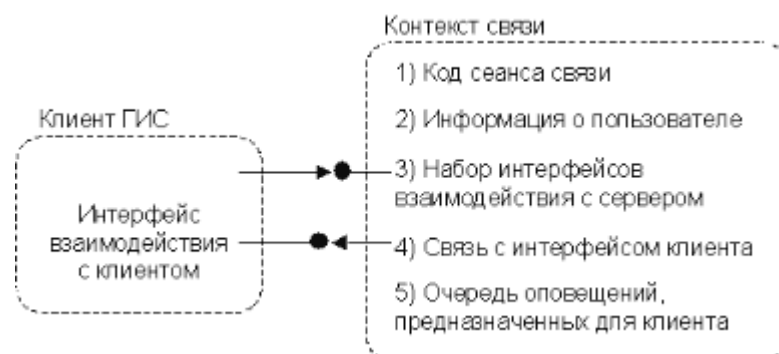


Рис. 5

Диспетчер вызовов обеспечивает синхронизацию вызовов функций сервера со стороны клиентов (постановку в очередь одновременных вызовов со стороны нескольких клиентов).

Подсистема управления данными обрабатывает запросы клиентов на получение и внесение изменений в пространственные данные. Подсистема подготовки изменений преобразует высокоуровневые запросы (изменение контура объекта) в низкоуровневые операции изменения физических данных (записать блок данных сектора N) и помещает их во входную очередь подсистемы доступа к физическим данным, которая в фоновом режиме вносит изменения в физические данные.

Подсистема блокировок предназначена для предотвращения одновременного внесения изменений в один объект со стороны нескольких клиентов (рис.6).

Подсистема оповещений предназначена для синхронизации оперативных данных, являющихся копией общих данных и используемых в клиентских приложениях для повышения производительности (кэширование). Система оповещений функционирует согласно следующему сценарию:

- один из клиентов посылает на сервер запрос на внесение изменений в общие данные (рис. 7а);
- сервер производит необходимые изменения в данных (рис. 7б);
- после внесения изменений сервер формирует пакет оповещений (протокол изменений) и помещает копию пакета в очередь оповещений каждого контекста связи (рис. 7в);
- сервер оповещает каждого клиента о поступлении оповещений посредством функций интерфейса взаимодействия с клиентом (рис. 7г);
- каждый клиент получает от сервера пакеты оповещений, хранящиеся в очереди оповещения в контексте связи (при получении

пакетов оповещений сервер автоматически удаляет их из очереди) (рис. 7д);

• каждый клиент обрабатывает полученные оповещения, приводя в актуальное состояние свои оперативные данные (рис. 7е).

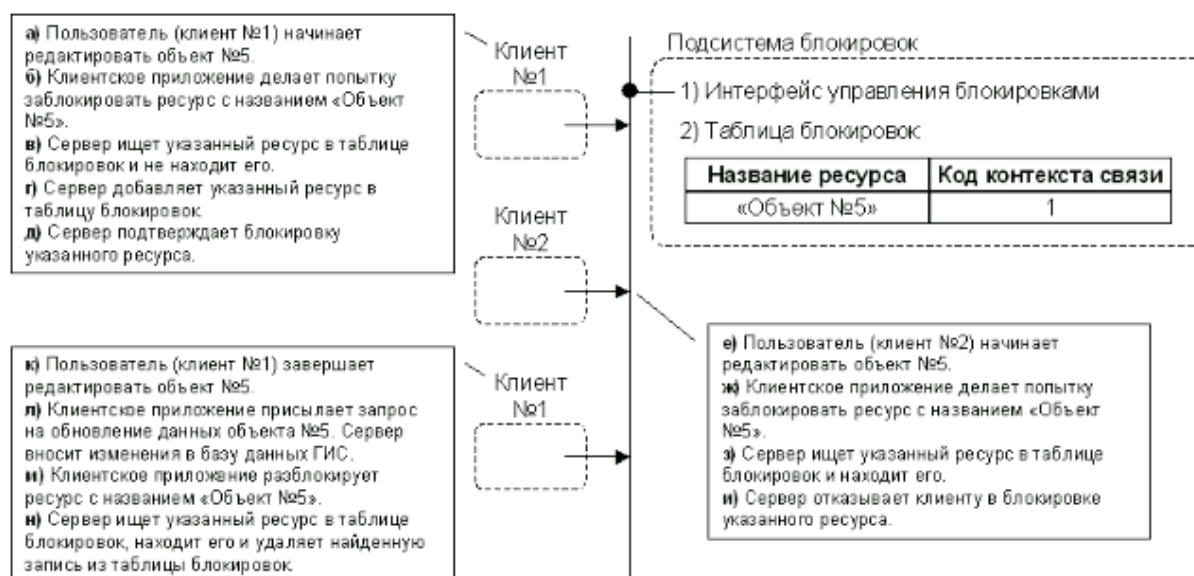


Рис. 6

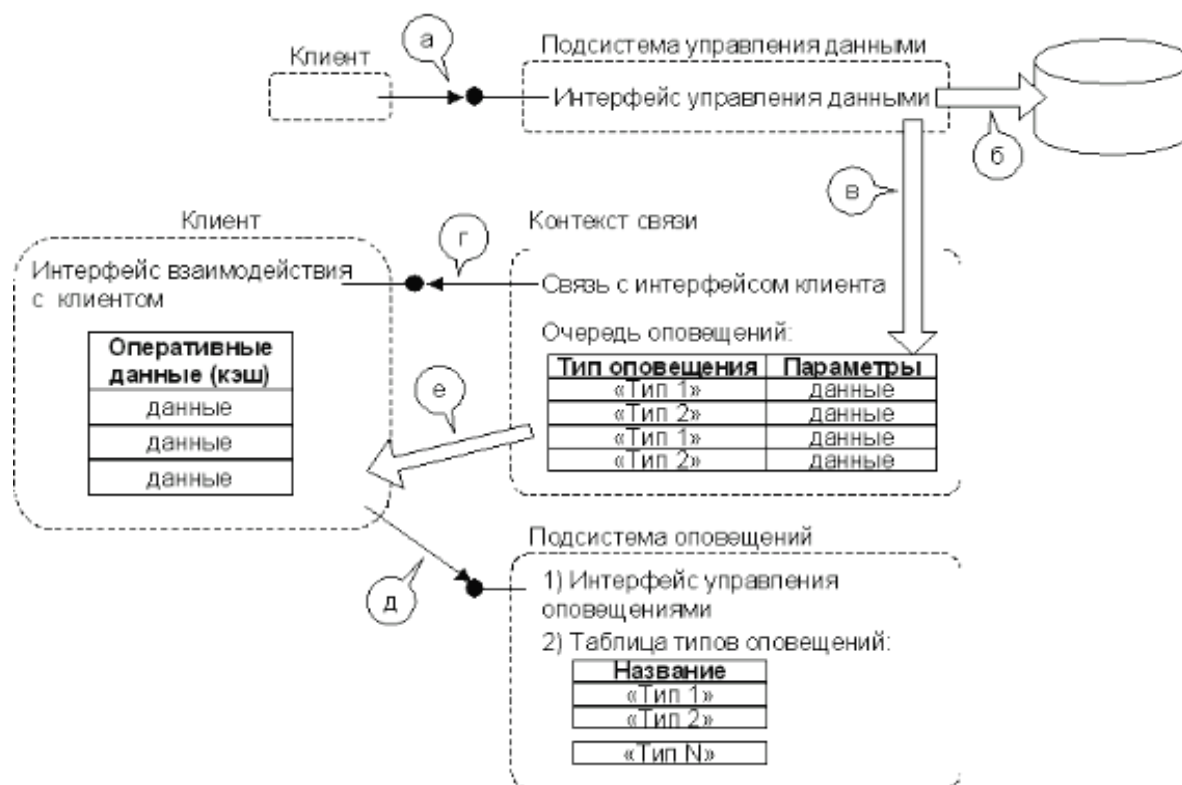


Рис. 7

Необходимо заметить, что система оповещений может использоваться не только для обновления оперативных данных, но и для нужд администратора геоинформационной системы. Так, например, некоторые оповещения могут иметь управляющий характер и использоваться для автоматического завершения работы всех клиентов, присоединенных в данный момент к серверу данных или же для рассылки визуальных сообщений от администратора к пользователям ГИС.

В данной статье освещена проблем, с которыми могут столкнуться коллективы, решившие заняться разработкой современных инструментальных геоинформационных систем. Надеемся, что затронутые проблемы и предложенные решения помогут разработчикам избежать некоторых трудностей при проектировании новых продуктов.

Список использованных источников

1. Александров Д.В. Инструментальные средства информационного менеджмента. CASE-технологии и распределенные информационные системы: Учебное пособие. М. : ФиС, 2011. 224 с.

2. Чандра А.М., Гош С.К. Дистанционное зондирование и географические информационные системы. М. : Техносфера, 2008. 312 с.

Султанбой Курбанов

Ташкентский университет информационных технологии

Ташкент, Узбекистан

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИКТ В ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В этой статье даны некоторые полезные советы для образовательных систем. В этой статье рассматривается примерное использование технологий для основного английского языка. Преподавание и обучение по всему миру и, как и другие главы в этом томе, использует тематические исследования, чтобы проиллюстрировать, почему эти подходы эффективны в контексты, в которых они используются.

Ключевые слова: *видеоконференция, технология, обучение цифровым играм, звук.*

In this article some useful advises are given for educational systems. This article examines exemplary use of technology for primary English language teaching and learning around the world and, like the other chapters in this volume, makes use of case studies to illustrate why these approaches are effective within the contexts in which they are used.

Keywords: *Videoconference, technology, digital game learning, sound.*

По имеющимся сведениям, английский является наиболее «изучаемым» вторым языком в мире [1], поэтому интерес к тому, как информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) могут быть использованы для поддержки процесса изучения английского языка для тех, кто находится на самых ранних этапах обучения, считаем актуальным.

Неудивительно, однако, что экспертиза образцовой практики использования ИКТ поднимает некоторые общие темы. Например, технология-опосредованный язык обучение кажется наиболее успешным, когда технология полностью интегрирована в общую деятельность и где она используется в качестве междисциплинарного инструмента [2], вместо того, чтобы быть дополнительным набором навыков, который должен быть приобретен до или во время, учусь.

Использование технологий для изучения английского языка не ограничено для любой конкретной возрастной группы, что подтверждается рядом глав, предлагаемых в этот том и тематические исследования, представленные здесь, показывают, что практикующие все более и более инновационное использование ИКТ в первые годы. Во многих случаях ученики подвергаются воздействию ряда технологий с самого раннего возраста в домашних условиях и к тому времени, когда они достигают детского возраста, многие разработали, по крайней мере, некоторые из навыки работы с цифровыми технологиями, которые позволят им как можно скорее принять участие в технологически ориентированной деятельности как они начинают школу [3].

Технологические изменения – от потребителей к производителям

За последние 20 лет произошли огромные изменения в том, как пользователи интегрировать технологии в свою личную жизнь. Эти изменения заняли время упал в образовательный сектор, но постепенно учителя осознали необходимость адаптировать свою практику, чтобы отразить меняющуюся природу технологического использования в более широком мире.

В прошлом технологии преимущественно использовались для получения и потребления информация, в то время как сегодняшние ученики стали особенно искусными в создании и совместно разрабатывать контент для самых разных целей, например так называемые инструменты Web 2.0, такие как блоги, форумы и вики. Кроме того, дети и молодые люди все больше интересуются концепцией ‘контента’- выбор, просеивание, демонстрация и обмен контентом с друзьями, семьей и сверстники.

Видео-конференция

Видеоконференцсвязь (ВК) продолжает оставаться очень эффективным способом приглашения посетителей в классах и для того, чтобы учащиеся могли сотрудничать друг с другом на расстоянии. В определенных ситуациях это может быть одним из немногих доступных методов учащихся для носителей английского языка и для содействия культурным обменам. ВК может также приводить учителей английского языка в классы для непосредственного обучения, а также как моделирование хорошей практики для основного преподавателя. Учителя сами могут также использовать эту технологию для более углубленного обучения преподавателей.

В то время как с профессиональным оборудованием можно добиться отличных результатов по ВК, результаты можно получить с помощью простой веб-камеры, микрофона и надежного интернета подключение. Доступно множество бесплатных решений, таких как Skype, ooVoo, iChat и FaceTime или FlashMeeting. В случае недорогих решений, таких как AdobeConnect, которые обеспечивают большую защиту для молодых учащихся, и которые свободны от рекламы, обычно для покупки системы требуется только одно учреждение, а затем «хост» может пригласить участников присоединиться к ВК бесплатно. Этим ресурсом можно легко поделиться между рядом учреждений.

Качество видео и аудио, очевидно, является приоритетом номер один, но это ясно что самые полезные системы VC предлагают участникам множество дополнительных инструментов такие как общие доски, текстовые чаты, частные комнаты для встреч и опросы функциональность. Вот два тематических исследования, которые фокусируются на ВК: один из Японии и один из Тайваня.

Принесение звука на бумагу с использованием технологии

За последние несколько лет произошел взрыв в развитии различные виды портативных технологий, которые могут принести звук на бумагу. Эти 'указывая устройства имеют встроенные сканеры, которые взаимодействуют с микроточками на бумаге, чтобы вызвать выпуск аудио-контента, хранящегося на флэш-памяти или крошечных жестких дисках. Многие из них устройства способны записывать речь, песни и другие окружающие звуки готовы для воспроизведения в более позднее время, что особенно полезно для целей оценки.

Некоторые устройства могут быть использованы для создания интерактивных ресурсов. Умное программное обеспечение в устройство может регистрировать действия пользователя, обеспечивая развитие чтения упражнения на понимание, которые предлагают логическую обратную связь – правильная / неправильная интерактивность.

Приложения для изучения языка многочисленны

Цифровое игровое обучение (ЦИО) Большинство детей во многих частях мира, которые выросли с компьютерами и игровые приставки и все более «умные» мобильные телефоны хорошо знакомы с понятие их использования для «цифрового воспроизведения». Некоторые педагоги извлекают выгоду из их вовлечение детей в этот тип технологий путем интеграции видеоигр в их уроки.

Технически подкованные учителя, которые в большинстве случаев выросли в играх, также начал охватывать интерес детей к «цифровой игре», создавая изучение языка возможности за счет использования компьютерных игр в образовательном контексте - это иногда называют обучением на основе цифровых игр (ЦИО). В частности, цифровые игры становятся популярными, потому что они могут быть успешно используется для облегчения обучения: содержание учебного плана, основные навыки и язык получение. Такие игры могут быть очень

интересными для пользователя, показывая сильные повествования с помощью различных типов мультимедиа, таких как текст, аудио, видео и анимация.

Заключение. Это видно из тематических исследований и иллюстративных примеров в этой статье.

Эта технология играет важную роль в расширении распространения английского языка. Преподавание и изучение языка в первичном секторе. Диапазон технологий в настоящее время доступны могут поддерживать учителей различными способами как внутри молодого ученика класс, но и все чаще в домашней обстановке и в то время как ученики находятся надвижение в их повседневной жизни. Технологическое использование четко «расположено», зависит в контексте и основаны на понятии, что то, что работает в одном контексте, не может быть полностью воспроизводится в другом. Тем не менее, творческие практики всегда смогут увидеть потенциал для идеи и особенно искусны в настройке подходов для удовлетворения индивидуальных потребностей своих учеников.

С продолжающимся сокращением затрат на производство, расширение охвата и увеличение скорости сетей связи и развитие «чтения / записи Интернет», преподаватели английского языка имеют беспрецедентную возможность учебные планы и стили преподавания действительно соответствуют потребностям учащихся 21 века.

Список использованных источников

1. Crystal D. English as a global language. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
2. Leask M. Issues in teaching using ICT. London: Routledge Falmer, 2001

3. Battro, A.M. 'Digital skills, globalizationandeducation', in Suárez-Orozco, M and Qin-Hilliard, DGlobalization: Cultureand Educationin theNew Millenium. University of California Press, 2004.

Абдужалил Курбонов

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ЗАБОТА О МОЛОДЕЖИ – ЗАБОТА О БУДУЩЕМ

Статья посвящена рассмотрению формирования у юношей и девушек навыков рационального пользования Интернетом. Отмечается роль деятельности информационно-ресурсных центров и библиотек, внедрении современных информационных технологий в сферу. Подчеркивается организация работы на современной основе, поиска и внедрения новых форм и методов обслуживания читателей.

Ключевые слова: реформирование, информационная технология, культура пользования Интернетом, эффективность, широкомасштабная работа.

The article is devoted to the formation of the skills of rational use of the Internet in boys and girls. The role of the activities of information resource centers and libraries, the introduction of modern information technologies in the field is noted. Emphasizes the organization of work on a modern basis, the search and implementation of new forms and methods of serving readers.

Keywords: reforming, information technology, culture of Internet use, efficiency, large-scale work.

Под руководством Президента Республики Узбекистан Шавката Миромоновича Мирзиёева проводится масштабная работа по коренному реформированию системы образования, повышению качества образования.

Как отметил первый президент Республики Узбекистан Ислам Каримов в книге «Высокая духовность – непобедимая сила», основа будущего закладывается в образовательных учреждениях, иначе говоря, завтрашний день народа зависит от уровня знаний и воспитания будущего поколения [1, 37].

В нынешнее время ускоренного развития информационных технологий все более усиливается угроза негативного идеологического воздействия на молодежь.

Эффективному решению этой проблемы способствует формирование у юношей и девушек навыков рационального пользования Интернетом, увеличение объема национальных информационных ресурсов в глобальной сети, материальная и моральная поддержка молодых веб-разработчиков. Одним из важных проектов в этом направлении является ежегодный конкурс «Лучшие веб-сайты в системе народного образования», традиционно проводимый Министерством народного образования Узбекистана совместно с рядом организацией.

На церемонии награждения победителей конкурса 2018 года было отмечено, что под руководством Президента Шавката Мирзиёева особое внимание уделяется повышению культуры пользования Интернетом среди молодежи, воспитанию молодого поколения в духе благородных идей, вопросам его профессиональной ориентации и трудоустройства.

В нашей стране из года в год увеличивается количество Интернет-пользователей. Сегодня их число превышает 10 миллионов 500 тысяч человек. Постановление первого Президента нашего государства Ислама Каримова «О мерах по дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных технологий» от 21 марта 2012 года служит важным фактором повышения эффективности пользования Интернетом [2].

В центре развития мультимедийных общеобразовательных программ при Министерстве народного образования была разработана специальная программа с целью повышения уровня конкурса. В результате участники получили возможность подавать заявку на конкурс в электронном виде, анализировать, оценивать участвующие в конкурсе сайты и следить за результатами.

В нашей стране также ведется широкомасштабная работа по дальнейшему оказанию, в частности молодому поколению,

информационно-библиотечных услуг. Большое внимание уделяется улучшению деятельности информационно-ресурсных центров и библиотек, внедрению современных информационных технологий в сферу. Важным руководством к действию при этом служит постановление первого президента Республики Узбекистан Ислама Каримова «Об организации информационно-библиотечного обеспечения населения республики» от 20 июня 2006 года [3].

Преобразование, осуществляемые в годы независимости во всех сферах, также повышает роль и значение библиотек в проводимых в обществе духовных реформах. Само время требует организации работы на современной основе, поиска и внедрения новых форм и методов обслуживания читателей всех возрастов и профессий. Организация во всех регионах нашей страны современных информационно-ресурсных центров служит повышению научного, интеллектуального и профессионального потенциала населения, особенно молодежи.

Информационно-ресурсные центры, оснащенные современными технологиями, в целях дальнейшего усиления любви учащихся к чтению работают в тесном взаимодействии с библиотеками общеобразовательных школ. Это создает широкие возможности для оперативного информирования о принимаемых в общеобразовательно-воспитательной сфере нормативно-правовых документах, новшествах в сфере, новых учебниках, учебно-методических пособиях, детских изданиях.

Проводимые по стране Недели литературы, Праздники книги, творческие викторины вызывает большой интерес у читателей всех возрастов. В центре постоянного внимания находятся вопросы пополнения книжного фонда библиотек общеобразовательных школ, колледжей и высших учебных заведений необходимыми учебниками и соответствующей художественной литературой.

Одним из важных средств воспитания является проведения просветительских мероприятий, таких, как «Родина начинается с порога дома», «Алишер Навои – великий поэт и просветитель», «Национальные ценности и традиции», «Конституция – энциклопедия счастья».

В повышении уровня и эффективности воспитательной работы большую роль играет правильная организация свободного времени учащихся. Одним словом, проведение образовательной и воспитательной работы способствует подготовке современных специалистов, физически закаленных и духовно зрелых.

Список использованных источников

1. Каримов Ислам. Высокая духовность – непобедимая сила. Ташкент, 2008.

2. ПП – № 1730 «О мерах по дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных технологий» от 21 марта 2012 года.

3. ПП – № 381 «Об организации информационно-библиотечного обеспечения населения республики» от 20 июня 2006 года.

Володимир Радуш

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ШВИДКИЙ ТА ДОСТУПНИЙ СПОСІБ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ

У статті розглядаються переваги Інтернет-реклами. Дано визначення Інтернет-реклами та реклами. Описані актуальні види реклами в Інтернеті, а також їх переваги та недоліки.

Ключові слова: реклама, Інтернет-реклама, переваги Інтернет-реклами.

В статье рассматриваются преимущества Интернет-рекламы. Дано определение Интернет-рекламы и рекламы. Описаны актуальные виды рекламы в Интернете, а также их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: реклама, Интернет-реклама, преимущества Интернет-рекламы.

The article discusses the benefits of Internet advertising. Given the definition of Internet advertising and advertising. Describes the current types of advertising on the Internet, as well as their advantages and disadvantages.

Keywords: advertising, Internet advertising, the benefits of Internet advertising.

Стратегічні сторони маркетингу пов'язані з комунікацією. Її особливою формою є реклама, до того ж вона не є простим інформаційним повідомленням. Реклама повинна спонукати людей до певних дій, а також впливати на вибір покупця [1, 11].

Реклама – інформація, поширення якої здійснюється у найрізноманітніших формах з використанням певних засобів. Зазвичай вона спрямована на формування інтересу до об'єкту рекламування, а також на його просування на ринку [2, 15].

За статистикою людина до 65 років встигає подивитись близько двох мільйонів рекламних роликів, а дитина бачить сорок тисяч таких роликів за рік! Так як реклама є одним з видів інформації, то й поширюється вона

так само. Однак її основна перевага над іншими видами – це використання майже усіх можливих інформаційних джерел та засобів, одним з яких є Інтернет.

Інтернет-реклама – це окрема рекламна платформа, що представляє собою сукупність різних формкомунікації, рекламна кампанія в якій можлива з абсолютнобудь-яким бюджетом: від нуля до багатомільйонних вкладень.

Звернемося до досвіду США –світового лідера за рекламними бюджетами. Дослідження eMarketer показує, що в 2017 році в США витрати на телевізійну рекламу склали 72,1 млрд доларів, а витрати на інтернет-рекламу – 77,37 млрд доларів. Це 35,8% і 38,4% всіх рекламних бюджетів США відповідно.

Розглянемо переваги такої реклами:

1. Інтернет забезпечує можливість швидкого і досить дешевого виходу на аудиторію, що цікавиться певним товаром.

2. Він працює безперервно, отже, контакт споживача з рекламним повідомленням може відбуватися в будь-який час.

3. Інтернет надає можливість змінювати зміст рекламного повідомлення необмежену кількість разів і практично в будь-який момент.

4. В Інтернеті користувач може ознайомитися з наданою інформацією протягом того часу, який він сам виділить.

5. Інтернет дозволяє впливати на певну цільову аудиторію.

6. Інтернет-ресурс є мультимедійним, що значно полегшує сприйняття, так як близько 80% інформації ми отримуємо завдяки нашому зору [2, 6].

Які ж види Інтернет-реклами найбільш популярні та актуальні? Експерти виділяють 6 основних видів: контекстну, банерну(медійну), вірусну, рекламу в соціальних мережах, тизерну та e-mail.

Контекстною рекламою називають вид динамічного розміщення Інтернет-реклами, коли рекламне оголошення є близьким до контексту сайту, на якому воно розміщується, або запитам відвідувача.

Великою перевагою контекстної реклами є її таргетованість – контекстні оголошення демонструються тільки в тому випадку, якщо користувач вже виявляв інтерес до даної тематики, або коли рекламований продукт відповідає тематиці платформи, на якій розміщується. При цьому оплата за демонстрацію реклами проводиться за «кліки», тобто за конкретну дію користувача. Вона дає швидкий, але короткостроковий результат – реклама «працює», поки йдуть покази [3, 13].

Медійна реклама – це банери або ролики, які розміщуються на великих Інтернет-порталах або тематичних ресурсах з великою кількістю відвідувачів.

Статичні або анімовані рекламні об'єкти орієнтовані на залучення уваги аудиторії. Але назвати їх цільовими досить складно. Як правило, банери застосовують для підвищення популярності товару, торгової марки, бренду, або для поширення інформації про діючі акції, знижки, спецпропозиції.

Поштова розсилка реклами (e-mail-реклама) – формує адреси потенційних покупців та відправляє їм приватні повідомлення по каналах електронної пошти. Особливістю є те, що спілкування з клієнтом проходить в індивідуальному плані, однак займає багато часу на підготовку та масову розсилку, особливо у випадку відправки листів індивідуального змісту [4, 129].

Реклама у соціальних мережах – відносно новий спосіб привернення уваги до товару чи послуги. Полягає у використанні соціальних мереж, блогів як платформ для просування реклами у вигляді фотографій, постів, рекомендацій, коментарів тощо. Користувачі соціальних мереж – це

аудиторія, що у неформальній обстановці готова до прийняття різноманітних пропозицій, якщо вони будуть піднесені максимально цікаво.

Основний принцип *вірусної реклами* – вільне поширення інформації «від користувача до користувача». Найчастіше в якості рекламного носія виступають відеоролики, або графічний контент – яскраві зображення, комікси, демотиватори, які не загострюють увагу на рекламному вмісті і сприймаються аудиторією позитивно.

Вірусна реклама служить прекрасним джерелом нарощування популярності бренду або нового продукту. З її допомогою можна швидко «розкрутити» запуск нового продукту, підвищити показники продажів, мотивувати аудиторію на активні дії.

Тизерна реклама. Тизери – це невеликі текстові оголошення з ілюстраціями, які інтригують користувача і стимулюють його до переходу за посиланням. ^[5;349]У більшості випадків представляють собою банери, що не рекламують безпосередньо товар, а використовують фрази, що мають зацікавити потенційного покупця. Наприклад, «Лише 5 крапель меду в день і...» чи «Товстуха схуднула на 55 кг використовуючи лише...».

Недоліком даного виду реклами на сьогоднішній день є низький рівень довіри користувачів до тизера, а також негативне ставлення користувачів до даного виду реклами в цілому. Це пов'язано з частим використанням тизерної реклами недоброякісними рекламодавцями.

Підсумовуючи усе вище сказане, можна прийти до висновку, що Інтернет-реклама досить успішно розвивається, а також має значні можливості. Сьогодні майже уся планета користується Інтернетом як найдоступнішим джерелом інформації. Глобальна мережа надає рекламі неймовірні можливості, серед яких особливо виділяються швидкість та легкість взаємодії користувача з запропонованим товаром (послугою).

У той час, як рекламні ролики на телебаченні тільки дратують своєю нав'язливістю більшість людей, реклама в Інтернеті не відволікає користувачів від їх головної мети – отримання інформації. Більш того, вона майже завжди є додатком до будь-якої веб-сторінки, а те, що вона рекламує, залежить вже від запитів користувача, а тому може нас зацікавити. Різноманітність рекламних засобів дозволяє їх комбінувати, тим самим збільшуючи їх ефективність та кількість цільової аудиторії.

Таким чином, Інтернет-реклама є швидким та доступним способом передачі інформації, саме завдяки тому, що використовує мережу Інтернет. Вона має декілька видів, що відрізняються способами, а також доречністю використання залежно від конкретної ситуації.

Список використаних джерел

1. Джефкінс Ф. Реклама. М. : ЮНИТИ ДАНА, 2008. 543 с.
2. Мудрова А. Н. Основы рекламы: учебник. 2-е изд. перераб. и доп. М. : Магистр, 2008. 397 с.
3. Николаева М.А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг : учебное пособие / Урал.гос. пед. ун-т. – Электрон.дан. – Екатеринбург: [б. и.], 2017. – 1 электрон.опт. диск (CD-ROM).–164.–
Режим доступа:<http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/6428/1/uch00173.pdf>
4. Романов А.А. Реклама. Интернет-реклама [Текст]: учебное пособие / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. М., 2003. 168 с.
5. Уэллс У. Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама: принципы и практика. 7-е изд. СПб. : Питер, 2008. 736 с.

Світлана Брайченко,

Яна-Марія Самойлова

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

СПЕЦИФІКА ХМАРНОГО СХОВИЩА ДОКУМЕНТІВ

В статті розглядається значимість введення такої інновації, як «Хмарне сховище документів» у сферу справочинства. З'ясовується специфіка її застосування в інформаційній діяльності. Надаються рекомендації щодо ефективної обробки даних.

Ключові слова: інноваційні технології, діловодство, хмарне сховище документів.

В статье рассматривается значимость введения такой инновации, как «Облачное хранилище документов» в область делопроизводства. Изучается специфика ее использования в информационной деятельности. Подаются рекомендации касательно эффективной обработки данных.

Ключевые слова: инновационные технологии, делопроизводство, облачное хранилище документов.

The article discusses the use of information technology in paperwork. The significance of introducing such innovations as "Cloud storage of documents", namely, its specificity, into paperwork, necessity of innovative functioning as a record keeping process and as a result of increase of productivity of informational activity is specified.

Keywords: innovative technologies, office work, cloud storage of documents.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що останнім часом хмарні сховища стали необхідним та досить ефективним сервісом, зокрема у справочинстві.

Мета даної статті –розглянути специфіку застосування хмарного сховища документів у діловодстві та інформаційній діяльності.

Термін хмарне середовище з'явився вперше ще в 1960-х роках і був застосований Джозефом Карлом РобертомЛинклідером під час його

роботи над ARPANET[1, 1] для з'єднання даних з будь-якого місця в будь-який час [2, 1].

Хмарне сховище – це модель зберігання комп'ютерних даних, в якій цифрові дані зберігаються в логічних елементах, доступ до яких можна отримати з будь-якого пристрою через Інтернет. Фізична пам'ять охоплює кілька серверів, а фізичне середовище, належить і керується хостинговою компанією. Ці постачальники хмарних систем зберігання несуть відповідальність за збереження доступних даних, доступ до них, захист фізичного середовища та його роботу. Люди та організації купують або орендують можливості зберігання від постачальників для зберігання даних користувача, організації чи програми. Для користування сховищем достатньо зайти у сервіс, додати документ та налаштувати доступ до файлу. *Модель хмарного сховища наведена на рис.1.*

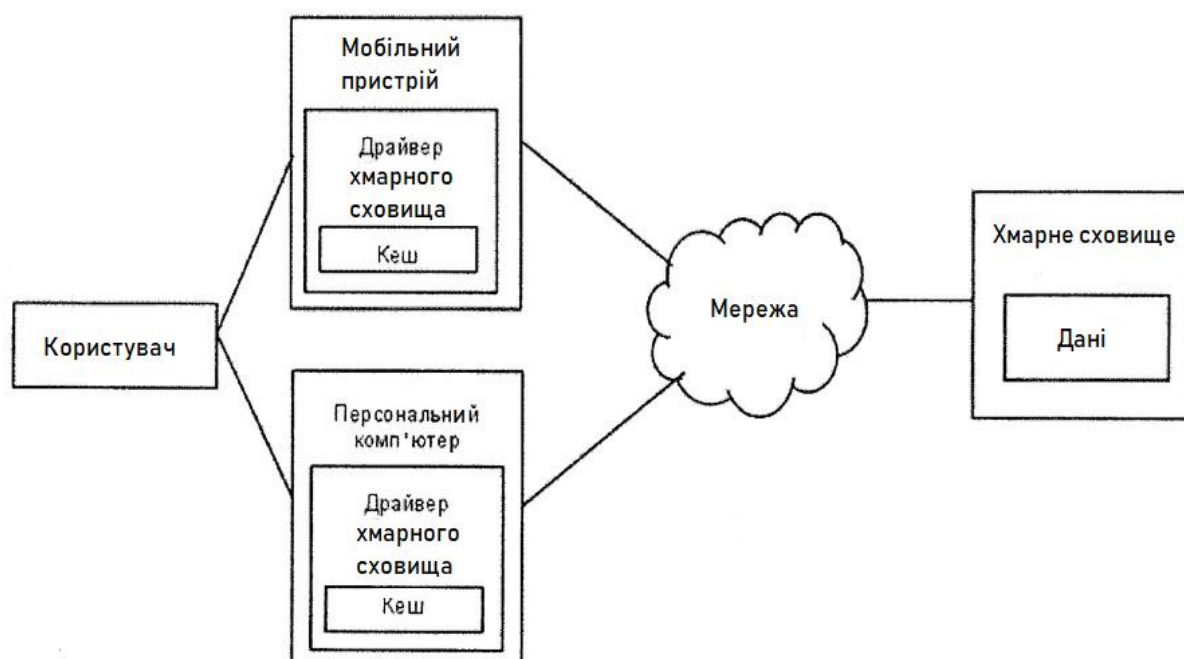


Рис.2. Модель хмарного сховища

Однією з центральних особливостей хмари є віртуалізація. Віртуальні машини створюються за допомогою програмного забезпечення,

яке розподіляє обчислювальні потужності, пам'ять та зберігання даного комп'ютера на кілька менших одиниць, кожна з яких працює з власною операційною системою. Ця віртуалізація дозволяє обчислювати ресурси для спільного використання та ефективного розподілу в хмарі.

Хмарне сховище – це хмарне обчислення. Перевагою хмарного сховища є доступ до даних з будь-якого місця, що є привілеєм при веденні діловодства у будь-якій сфері.

Сервіси хмарного середовища можуть бути налаштовані автоматично, синхронізуючись з хмарою, що запобігає користування USB-кабелів. Документ не тільки синхронізується на всіх пристроях користувача, а ще й для нього може бути організоване резервне копіювання на віртуальному сервері, яке набагато простіше і дешевше, ніж на фізичному. Резервне копіювання здійснюється автоматично один раз на добу.

Використовуючи хмарне сховище, у хмарній обчислювальній системі спостерігається значний зсув робочого навантаження. Локальним комп'ютерам більше не потрібно робити все важке підняття, коли справа доходить до запуску додатків. Мережа комп'ютерів, яку складає хмара, обробляє їх замість цього, що призводить до скорочення вимог до апаратного та програмного забезпечення з боку користувача. Єдине, що повинен виконати комп'ютер користувача, це програмне забезпечення інтерфейсу. Також, інтерфейси зберігання хмарних даних можуть підтримувати як застарілі, так і нові додатки. *Типова архітектура хмарних обчислень наведена на рис.2.*



Рис.2. Типова архітектура хмарних обчислень

Клієнти платформи можуть за своїм бажанням вмикати / вимикати сервери, створювати нові віртуальні сервери, змінювати їх конфігурацію (при цьому є можливість понизити вартість конфігурацію, якщо всі ресурси вам не використовуються). При цьому не потрібно контактувати зі службою технічної підтримки. Всі операції виконуються через панель управління.

Користуючись хмарним сховищем можна бути впевненим, що це безпечно. Окрім того, що всі файли мають резервну копію, платформи, відповідно і сервіси мають надійну систему безпеки. Перевагою використання хмарних технологій є те, що захист хмарного дата-центру мало чим відрізняється від захисту звичайного (ЦОД). Застосовуються ті ж інструменти безпеки, а саме: доступ до віртуальних серверів ззовні обмежений брандмауерами (набір пристроїв, сконфігурованих, щоб шифрувати через проксі-сервери весь комп'ютерний трафік між областями

різної безпеки згідно з набором правил та інших критеріїв) з функцією захисту від нападу.

Саме ж віртуальне середовище ізолюється на рівні керуючого програмного забезпечення, застосовується політика розмежування прав доступу для співробітників ЦОД і замовника. Застосовується шифрування на дисках, а дешифрування у викрадача займе багато часу.

Отже, хмарні обчислення дають змогу різко знизити вартість надання послуг шляхом комбінування інформаційних ресурсів та моделей використання на замовлення. Використання хмари забезпечує економію часу у діловодстві, що є безпечним. Хмара включає передплатника і постачальника. Займаючись документуванням віртуалізація апаратного забезпечення, швидке надання послуг, масштабованість, еластичність, графічні деталі та моделі розподілу витрат дозволяють хмарам ефективно адаптувати ресурси до динамічних потреб користувачів Інтернету, зберігаючи їх простір.

Список використаних джерел

1. A History of Cloud Computing / <https://www.computerweekly.com/feature/A-history-of-cloud-computing>
2. Воленко А. В начале была ARPA... // UP Special. 2011. № 3. С. 46-49.
3. <https://computer.howstuffworks.com/cloud-computing/cloud-computing.htm>

Наталья Стронская

Национальная академия руководящих кадров

культуры и искусств

Киев, Украина

СОВРЕМЕННАЯ ИСТОРИОГРАФИЯ КАК ВЕХА ПОСТНАУКИ

У статті аналізуються віхи, необхідні для забезпечення достатньою мірою систематизації біобібліографічної інформації, тобто сучасні комп'ютерні технології. Репрезентується ідея про те, що, розробка і реалізація ефективних алгоритмів інформаційного і текстового пошуку в контексті інтердисциплінарного осмислення історичних джерел на сьогоднішній день є важливим викликом для подальшого розвитку систем обробки, систематизації та кодифікації інтелектуальної спадщини. Стверджується, що основним завданням будь-якого пошукового алгоритму є побудова ієрархій зв'язків між пошуковими об'єктами, які максимально задовольняли б вихідний пошуковий запит. Акцентується увага на тому, що пошуковий запит в найзагальнішому плані слід розуміти, як сукупність даних для пошукової інформаційної системи, які несуть в собі вимоги на видачу інформації.

Ключові слова: біобібліографія, алгоритмізація, пошуковий запит, пошукові інформаційні системи, історична інформатика.

В статье анализируются вехи, необходимые для обеспечения достаточной степени систематизации библиографической информации, то есть современные компьютерные технологии. Репрезентируется идея о том, что, разработка и реализация эффективных алгоритмов информационного и текстового поиска в контексте интердисциплинарного осмысления исторических источников на сегодняшний день является важным вызовом для дальнейшего развития систем обработки, систематизации и кодификации интеллектуального наследия. Утверждается, что основной задачей любого поискового алгоритма является построение иерархий связей между поисковыми объектами, которые максимально удовлетворяли бы исходному поисковому запросу. Акцентируется внимание на том, что поисковой запрос в самом общем плане следует понимать, как совокупность данных для поисковой информационной системы, которые несут в себе требования на выдачу информации.

Ключевые слова: биобиблиография, алгоритмизация, поисковый запрос, поисковые информационные системы, историческая информатика.

The article analyzes the milestones necessary to ensure a sufficient degree of systematization of biobibliographic information, that is, modern computer technologies. The idea that the development and implementation of efficient information and text search algorithms in the context of interdisciplinary interpretation of historical sources is today an important challenge for the further development of processing systems, systematization and codification of intellectual heritage. It is argued that the main task of any search algorithm is to build hierarchies of relationships between search objects that would satisfy the original search query as much as possible. Attention is focused on the fact that the search query in the most general terms should be understood as a set of data for the search information system that carries the requirements for the issuance of information.

Keywords: biobibliography, algorithmization, search query, search information systems, historical informatics.

Постановка проблемы. История как гуманитарная дисциплина, как ни одна другая наука, интердисциплинарна по своей сути: интермедальность, интертекстуальность и прочее это научной сферы продуцирует множественность парадигм раскрытия ее наукоемкого потенциала. То есть рассмотрение исторических вех посредством неких задокументированных источников бесспорно является, актуальным, вследствие классичности самого подхода, однако последний не исключает применение инновационной составляющей. При этом биобиблиографические исследования, имеющие свою специфику, можно необходимо рассматривать в качестве вида интеллектуальной биографии, то есть, собственно, истории персоналии или персональной истории [2, 286].

Для обеспечения достаточной степени систематизации биобиблиографической информации целесообразнее всего обратиться к достижениям современных компьютерных технологий. Так, разработка и реализация эффективных алгоритмов информационного и текстового

поиска в контексте интердисциплинарного осмысления исторических источников на сегодняшний день является важным вызовом для дальнейшего развития систем обработки, систематизации и кодификации интеллектуального наследия.

Как правило, кооперирование исторического знания в актуальном обществе происходит посредством репрезентации корневых вех его эволюции, дифференциации предыдущих и современных особенностей последнего, анализа социетальной специфики и так далее. Последнее позволяет сформировать целостное знание об историческом процессе как о феномене постиндустриального периода эволюции общественного сознания на основе дискурсивности мирового пространства [1].

При этом для исторической отрасли нарративный источник представляется корневым документом научного познания. Именно поэтому качество его репрезентации, основанное на понимании сопутствующих появлению того или иного документа реалий, а также потребностей современной эволюции (собственно, дискурса), коррелирует с глубиной и качеством самого исследования [5, 189]

Тут мы ведем речь о множественности источниковедческой базы, рассматриваемой нами в контексте культуры постмодерна, а именно – *постнауки* (дословно этот термин можно перевести как «посленаука»). При этом под, собственно, *наукой* подразумеваем некую догматическую структуру, с устоявшимся поисковым аппаратом, методологией исследований и философией деяния, то есть деятельности. Отметим, что само исследование постмодернизма, наряду со связанными с ним явлениями являются традиционной частью научных изысканий конца XX – начала XXI веков. При этом интерес к этому явлению именно в философском осмыслении объясним вследствие высокой

долиинтегрированности последнего с другими сфера научных знаний, что традиционно для классической философской мысли [7, 191].

При этом постмодернизм показал нам, что невозможно отторгать равнозначную полиинтерпретационность онтологической реальности, духа и опыта человека. Последнее связано с тем, что понимание всей многомерности и многозначности окружающего человека мира формирует



предпосылки для интегрирования и синтезирования его (мира) в моносистему. В этом смысле межпредметность истории, как отрасли постнауки, следует рассматривать в качестве следования последней интегративной парадигме в научном

дискурсе. Упомянутая тенденция призвана отвлечь все возрастающую социетальную атомизацию, деконструкцию и, как следствие, деструкцию (Рис. 1) [6] теоретической и практической научных сфер [3, 132].

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями упомянутой проблематики занимались следующие ученые: В. К. Абрамов, В. Н. Автократов, А. И. Андреев, В. Г. Афанасьев, В. Н. Бабенко, М. А. Барг, Е. Б. Белова, Ю. П. Бокарев, Л. И. Бородкин, В. Н. Владимиров, И. М. Гарскова, Р. С. Гиляревский, В. З. Дробижев, В. А. Дьяков, Е. М. Жуков, Г. Т. Журавлев, А. И. Зевелев, А. А. Зимин, Т. Ф. Измestьева, И. Д. Ковальченко, Н. Ф. Колесницкий, В. В. Лазарев, Б. М. Литвак, Л. В. Милов, Б. Н. Миронов, А. И. Михайлов, Т. Л. Моисеенко, Л. В. Разумова, Н. Б. Селунская, Л. В. Скворцова, Т. И. Славко, Н. И. Смоленский, Э. В. Степанов, А. Д. Урсул, В. А. Устинов, А. И. Чернов, К. В. Хвостов, Т. И. Хорхордина, Ю. Юмашева и другие.

Формулирование целей (постановка задания). *Целью* статьи является рассмотрение особенностей современной историографии в контексте исторической постнауки. *Предметом* – отображение практических основ ее (исторической постнауки) тенденций к алгоритмизации для углубленного изучения историко-культурных вех.

Изложение основного материала. Вышеизложенное закономерно продуцирует поисковых, инновационных исследований. Историческая наука в этом смысле идет в фарватере. Поскольку современные тенденции информатизации и алгоритмизации отражаются также и посредством потребности в поиске новых методологий научного познания, базируемых на современном развитии общества, актуальных вследствие новейших средств изучения исторического пространства (среды).

Отметим, что с бурным развитием технологий информатизация процессов, которые до этого момента требовали огромных затрат человеческих ресурсов, становится все более и более глубокой. Так, сам принцип поиска информации, ее систематизация и выделение необходимых связей между информационными объектами меняется с каждым новым витком развития технологий. Все больший интерес в исторических исследованиях вызывают так называемые принципы машинного обучения и интеллектуального текстового поиска.

Последнее связано с тем, что именно они дают возможность организовать сложный, многослойный поиск в глубину и в ширину, используя минимум ресурсов и затрачивая минимальное количество времени. Изыскание оптимальных поисковых алгоритмов при выстраивании иерархий информационных связей сталкивается с множеством проблем. Несовершенство естественного языка вынуждает нас искать все более совершенные алгоритмы «отсеивания» поискового

«мусора», а следовательно, и более совершенные алгоритмы, а также поисковые концепции.

Последние, в свою очередь, вспомогательные для понимания природы исторического источника в плане его информационного насыщения, а именно – неисчерпаемости [1]. Именно поэтому для научного исторического социума характерно включение не только результатов деятельности общества, а также его отдельных представителей, но и самой личности творца, то есть автора, вместе с исследователями его творчества [5, 189].

Использование способов алгоритмизации происходит посредством формализации, а также применения ИТ для изучения исторической информации и систематизирования больших объемов источников исторического характера. При этом популярность последних обусловлена возможностью работы с ретроспективной и дискурсивной информацией [1], что особенно актуально для информационных моделей по типу «Украинской биобиблиографии в лицах» (подробнее о ней можно прочитать в других наших публикациях – *Н. С.*).

При этом, для исторического поиска характерны все этапы, которые используются для решения обычных поисковых задач. Так, основной задачей любого поискового алгоритма является построение иерархий связей между поисковыми объектами, которые максимально удовлетворяли бы исходному поисковому запросу. Поисковой запрос в самом общем плане следует понимать, как совокупность данных для поисковой информационной системы, которые несут в себе требования на выдачу информации. Сам поиск по запросу осуществляется посредством пяти основных этапов:

1. *Подготовка информационного запроса.* Этот этап характеризуется выбором поисковых ключей, которые сформируют требования к изыскиваемой информации.

2. *Формирование источников поиска.* На этом этапе определяются оптимальные источники для удовлетворения критериев поискового запроса.

3. *Формирования алгоритмов поиска.* С учетом требований к исходным данным проводится поиск оптимального алгоритма или совокупности алгоритмов для реализации исполнения поискового запроса;

4. *Реализация поиска* – получение конкретного ответа на поисковой запрос.

5. *Оценка результатов выполнения поискового запроса,* когда проверяется соответствие результатов поиска исходным данным.

Современный уровень развитие информационных технологий позволяет полностью автоматизировать второй, третий и четвертый этапы, но пока есть проблемы как с формированием корректного поискового запроса, так и с автоматическим отсеиванием поискового «мусора» при работе поискового алгоритма.

Таким образом, процессы информатизации и алгоритмизации исторической науки позиционируются в качестве готовности к адаптации к вероятностному подходу, в границах которого информация обретает более глубокий смысл, в процессе уменьшения неполноты данных и расширения числа выборов альтернатив. То есть использование ИТ продуцирует интегрированность исторической науки, актуализацию межпредметных связей всередине нее, а также выход на глубокое и многомерное комплексное, по отношению к другим сферам, исследование в ее границах.

Последнее приводит к динамичному развитию предметной области исторической отрасли, а именно – *источниковедения*, обогащая

аксиологическую значимость исторического источника как носителя дифференцированной по структуре информации, подчеркивающей самобытность исторического знания, сложность которого обуславливается двойной его *субъективизацией* [1].

Выводы. Поэтому новейшим объектом для исследования современной истории как вехи постнауки можно рассматривать *вещь*, однако понимая этот термин не узком, аксиологически детерминированном, но широком, онтологическом или гносеологическом, плане. В таком смысле, вещью представляется некий объект исследования, носящий материальных характер, но при этом подразумевающий целую череду предметов конкретно-исторического и опредмеченного плана.

То есть вещь понимается в качестве уникального и многоаспектного источника данных о культуре. При этом, закономерно, что она представляется дискурсивно вовлеченной, поскольку в каждом историческом этапе менялся не только ее внешний вид, но и способы ее изготовления, также менялось само восприятие, осознание и другое вещи, значение последней и, конечно же, ее статусность. При этом упомянутые метаморфозы представляются отражением изменения картин мира неких исторических эпох. То есть, исследование вещи в качестве детерминанты дискурса представляется способствующим изучению истории культуры, а также репрезентации имплицитных социетальных механизмом современности [4, 15].

Список использованных источников

1. Балаян Г. В. Информационные методы исторического исследования в российской историографии последней трети XX в. : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.09. Моск. гос. обл. ун-т. Москва, 2004. 217 с.

2. Попова Т. Историография в человеческом измерении. *Историографічні дослідження в Україні* : зб. наук. пр. 2012. Вип. 22. С. 265–292. Библиогр. : 57 назв.

3. Ратников В. П. Постмодернизм : истоки, становление, сущность. *Философия и общество*. 2002. Вып. 4 (29). С. 120–132.

4. Рон М. В. Вещь как источник истории культуры : некоторые проблемы историографии вопроса. *Историография и источниковедение в культурологическом исследовании (Культурологические исследования'10)* / авт. кол. : Г. Н. Калинина, М. В. Рон, А. К. Абубакирова и др. Москва : Астерион, 2010. 52 с.

5. Сидорцов В. Н., Приборович А. А. Научный дискурс историка : социальная обусловленность и методология исследования. Минск : Изд. центр БГУ, 2013. 192 с.

6. Философия постмодернизма. *Youtube* : веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=o-9M_9eOKO8 (дата обращения: 08.03.19).

7. Шутова О. М. Историография и постмодерн : вопрос об идентичности во второй половине XX–начале XXI веков. Минск, 2007. 191 с.

Улугбек Туропов,
Абдимумин Савурбоев,
Алижон Гулиев

Джизакский политехнический институт
Джизак, Узбекистан

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НЕИНВАЗИВНОГО ГЛЮКОМЕТРА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ

В работе предлагается методы усовершенствования неинвазивного глюкометра на основе инновационного подхода. Путем декомпозиции данной проблемы получены конкретные задачи для решения, которых используются методы математического, статистического, алгоритмического и компьютерного моделирования.

Ключевые слова: *инновационный неинвазивный глюкометр, электрическое сопротивление биоактивных точек, математическая статистика, моделирование, многокритериальная оценка, распознавания образов.*

The paper proposes methods for improving non-invasive blood glucose meter based on an innovative approach. By decomposing this problem, specific tasks are obtained for solving which are used in mathematical, statistical, algorithmic, and computer simulation methods.

Keywords: *innovative non-invasive blood glucose meter, electrical resistance of bioactive points, mathematical statistics, modeling, multi-criteria evaluation, pattern recognition.*

Актуальность обозначенной проблемы продиктована необходимостью разработки автоматизированной оболочки для обработки данных полученных от усовершенствованного аппарата инновационного неинвазивного глюкометра, который содержит новые материализованные знания. Наряду с этим, достижение оперативности (в режиме Online) при обработке результатов измерения состава крови неинвазивным путем, является одной из актуальной и приоритетной задачей, а разработка алгоритмической и программной оболочки для автономной обработки

данных полученных от компьютерного биоизмерителя, служит для снятия некоторых неопределенностей возникших при оперативной обработке.

Научная значимость данной работы заключается в том, что внедрения комплекса программного обеспечения и технических средств в практику, позволяет неинвазивным путем оперативно, в реальном масштабе времени определять количество глюкозы в крови, анализировать, диагностировать и прописать лечебные процедуры. А это существенно снижает вероятность инфекционных заболеваний, приобретенных инвазивным способом.

В результате внедрения в практику инновационного неинвазивного глюкометра и его автоматизированной оболочки получим инструмент диагностирования и формирования лечебных, профилактических процедур для пациента при сахарном диабете (СД). Неинвазивные методы, по сути, и содержанию определяют социальную значимость данного подхода, поскольку они не предполагают анализ состава крови пациента. Здесь, основное внимание сосредоточивается на построении адекватной модели отражающей результаты, полученные лабораторным путем. Если иметь в виду, что количество страдающих СД по всему миру интенсивно возрастает с каждым годом, то альтернативные результаты исследования по данному направлению будут соответствовать мировому уровню исследования [1-4].

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- на основе анализа существующих отечественных и зарубежных источников, разработка нового усовершенствованного инновационного неинвазивного подхода и метода по определению количества глюкозы в крови пациента при СД.

- исследования и установление связи между электрическим сопротивлением (ЭС) в биоактивных точках (БАТ) и изменением количества глюкозы в крови пациента;

- создание компактной аппаратной части с учетом материализованных знаний;
- разработка математических и статистических моделей для обработки экспериментальных данных;
- разработка информационной оболочки для автоматизированного функционирования инновационного неинвазивного глюкометра;
- проведения натуральных экспериментов для оценки адекватности данной модели и системы в целом.

В результате декомпозиции данной проблемы получим следующие конкретные задачи:

1. Статическая обработка исходных клинических данных.
2. Определения корреляционной зависимости между исходящими и выходящими параметрами.
3. Выбор локальных критериев и решение задачи формирования комплекса информативных параметров.
4. При ранжировании информативных признаков применение многокритериальный метод дисперсии.
5. Построение математической, алгоритмической моделей и формирование комплекса программного обеспечения.
6. Построения алгоритма критериальной оценки адекватности модели. Разработка алгоритма метода “сплайн” аппроксимации экспериментальных данных и включения их в модель.
7. Разработка структуры информационной оболочки для автоматизированного функционирования инновационного неинвазивного глюкометра.

Работа способствует формированию научных и технологических заделов для успешного интегрирования передовых достижений информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в медицину и

может служить базой для усовершенствования инновационных неинвазивных методик. Вклад проекта в экономический рост и социальное развитие общества, проявляется в восстановлении здоровья населения и в стремлении продления срока работоспособности людских ресурсов.

Научная новизна исследований заключается в следующем:

- разработка концепции создания неинвазивного глюкометра на основе применения инновационных идей и методов;

- создания усовершенствованного компьютерного биоизмерителя для измерения ЭС в БАТ;

- на основе наблюдений численных значений ЭС в репрезентативных БАТ, расположенных в меридианах тела пациента, определение степени отклонения от нормы коридора и диагностировать патологические этапы болезни, а также разработка алгоритмического и программного обеспечения для его практической реализации:

- используя инструменты математического моделирования и статистической обработки результатов экспериментов, установления связи между соотношениями количества глюкозы в крови и ЭС в БАТ;

- на основе выбранных локальных критериев, определение степени информативности БАТ. В целях повышения адекватности модели предполагается использовать метод многокритериальной оценки дисперсии, где полученные данные по локальным критериям выступают в качестве исходных данных.

Использование предлагаемой методики в практике, особенно медицины, побуждает мотивацию у исследователей и специалистов в области, занимающихся интеграцией передовых достижений ИКТ с медициной и является базой для усовершенствования разработок в данной области. Если возникнет необходимость централизованного управления и объединения, последних научно - практических достижений в этой области

в глобальные системы: “Система интеллектуальной поддержки принятия решений”, “Информационно-измерительные системы” и др., то данную работу можно использовать как модуль, поскольку при разработке данной программной компоненты удовлетворяется требования по обеспечению мобильности.

Список использованных источников

1. Гублер Е.В. Вычислительные методы распознавания патологических процессов. Л.,1970. 315 с.

2. Растринин Л.А., Хамдамов Р., Турапов У.У. Многокритериальная статистическая оценка информативности количественных признаков. Автоматизация производства: Сб. науч. тр. ТГТУ им. А.Р. Беруни. Ташкент, 1991. С. 113-115.

3. Турапов У.У., Эргашев А.К. Создание структуры адекватной математической модели для сложных процессов. Информатика: проблемы, методология, технологии: Материалы XV Международной конференции. 12-13 февраля 2015. Воронеж, 2015. С. 442-444.

4. Турапов У.У., Эргашев А.К. Оценки информативности количественных признаков сложного процесса многокритериальным методом. Проблемы информационных и телекоммуникационных технологий. Республиканская научно-техническая конференция. Часть 2. Ташкент, 2015. С. 210-212.

Санъат Рахматов

Бухарские инженерно-технологические институт

Бухара, Узбекистан

ОСНОВЫ МЕТОДОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ НА ОСНОВЕ CASE- ТЕХНОЛОГИЙ

Статья посвящена описанию CASE-средства вместе с системным программным обеспечением и техническими средствами образуют полную среду разработки автоматизированной системы.

Ключевые слова: CASE-средства, автоматизированной системы, программным обеспечением, Жизненный цикл, Каскадная модель, методология RAD.

The article is devoted to the description of CASE-tools together with the system software and hardware form a complete development environment of the automated system.

Keywords: CASE-tools, automated system, software, Life cycle, Cascade model, RAD methodology.

Возрастающая сложность современных автоматизированных систем управления и повышение требовательности к ним обуславливает применение эффективных технологий создания и сопровождения автоматизированных систем в течение всего жизненного цикла. Такие технологии, базирующиеся на методологиях подготовки информационных систем и соответствующих комплексах интегрированных инструментальных средств, а также ориентированные на поддержку полного жизненного цикла автоматизированной системы или его основных этапов, получили название CASE-технологий и CASE-средств.

Для успешной реализации проекта автоматизированной системы должны быть построены полные и непротиворечивые, функциональные и информационные модели системы управления. Накопленный опыт

проектирования указанных моделей показывает, что это логически сложная, трудоемкая и длительная по времени работа, требующая высокой квалификации участвующих в ней специалистов. Однако во многих случаях проектирование автоматизированной системы выполняется в основном на интуитивном уровне с применением неформальных методов, основанных на искусстве, практическом опыте и экспертных оценках. Кроме того, в процессе создания и функционирования автоматизированных систем информационные потребности пользователей могут изменяться или уточняться, что еще более усложняет разработку и сопровождение автоматизированных систем управления. От перечисленных недостатков в наибольшей степени свободны подходы, основанные на программно-технических средствах специального класса – CASE-средствах, реализующих CASE-технологии создания и сопровождения автоматизированных систем.

Под термином CASE (ComputerAidedSoftwareEngineering) понимаются программные средства, поддерживающие процессы создания и сопровождения автоматизированной системы, включая анализ и формулировку требований, проектирование прикладного программного обеспечения и баз данных, генерацию кода, тестирование, документирование, обеспечение качества, конфигурационное управление и управление проектом, а также другие процессы. CASE-средства вместе с системным программным обеспечением и техническими средствами образуют полную среду разработки автоматизированной системы.

Одним из базовых понятий методологии проектирования автоматизированной системы является понятие жизненного цикла ее программного обеспечения.

Жизненный цикл программного обеспечения – это непрерывный процесс, который начинается с момента принятия решения о

необходимости создания программного обеспечения автоматизированной системы и заканчивается в момент его полного изъятия из эксплуатации

Структура жизненного цикла программного обеспечения базируется на трех группах процессов: основные процессы жизненного цикла программного обеспечения (приобретение, поставка, разработка, эксплуатация, сопровождение); вспомогательные процессы, обеспечивающие выполнение основных процессов (документирование, управление конфигурацией, обеспечение качества, верификация, аттестация, оценка, аудит, решение проблем); организационные процессы (управление проектами, создание инфраструктуры проекта, определение, оценка и улучшение самого жизненного цикла, обучение).

Разработка охватывает все работы по созданию программного обеспечения и его компонентов (анализ, проектирование и программирование) в соответствии с заданными требованиями, включая оформление проектной и эксплуатационной документации, подготовку материалов, необходимых для проверки работоспособности и качества программных проектов, материалов, необходимых для организации обучения персонала, и т.д.

Эксплуатация включает в себя работы по внедрению компонентов программного обеспечения (конфигурирование базы данных и рабочих мест пользователей, обеспечение эксплуатационной документацией, проведение обучения персонала и др.), локализацию проблем, возникающих при эксплуатации с устранением причин их возникновения, модификацию программного обеспечения в рамках установленного регламента, подготовку предложений по совершенствованию, развитию и модернизации системы. Каждый процесс характеризуется определенными задачами и методами их решения, исходными данными, полученными на предыдущем этапе, и результатами. Результатами анализа, в частности,

являются функциональные модели, информационные модели и соответствующие им диаграммы.

Жизненный цикл программного обеспечения носит итерационный характер: результаты очередного этапа часто вызывают изменения в проектных решениях, выработанных на более ранних этапах.

Известно несколько моделей жизненного цикла программного обеспечения. Под моделью жизненного цикла программного обеспечения понимается структура, определяющая последовательность выполнения и взаимосвязи процессов, действий и задач на протяжении всего цикла. Модель жизненного цикла зависит от специфики автоматизированной системы и специфики условий, в которых система создается и функционирует.

К настоящему времени наибольшее распространение получили следующие две основные модели жизненного цикла: каскадный способ и спиральная модель.

Каскадная модель применяется, как правило, для разработки однородных автоматизированных систем, представляющих собой единое целое. Ее основной характеристикой является разбиение всей разработки на этапы, причем переход с одного этапа на следующий происходит только после того, как будет полностью завершена работа на текущем. Каждый этап завершается выпуском полного комплекта документации, достаточной для того, чтобы разработка могла быть продолжена другой командой разработчиков. Преимущества применения каскадного способа заключаются в следующем: на каждом этапе формируется законченный набор проектной документации, отвечающий критериям полноты и согласованности; выполняемые в логичной последовательности этапы работ позволяют планировать сроки завершения всех работ и соответствующие затраты. Каскадный подход хорошо зарекомендовал себя

при построении автоматизированных систем, для которых в самом начале разработки можно достаточно точно и полно сформулировать все требования, с тем чтобы предоставить разработчикам свободу реализовать их технически как можно лучше. В эту категорию попадают сложные расчетные системы, системы реального времени и др. В то же время этот подход обладает рядом недостатков, вызванных, прежде всего тем, что реальный процесс создания автоматизированной системы никогда полностью не укладывается в такую жесткую схему, постоянно возникает потребность в возврате к предыдущим этапам уточнения или пересмотре ранее принятых решений.

Такую трансформацию каскадной схемы разработки автоматизированной системы можно рассматривать как «моделирование с промежуточным контролем». Межэтапные корректировки обеспечивают большую надежность каскадной модели, хотя и увеличивают весь период разработки. Основным недостатком каскадного подхода является существенное запаздывание с получением результатов. Согласование результатов с пользователями производится только в точках, планируемых после завершения каждого этапа работ, требования к автоматизированной системе «заморожены» в виде технического задания на все время ее создания. Таким образом, пользователи могут вносить свои замечания только после того, как работа над системой будет полностью завершена. В случае неточного изложения требований или их изменения в течение длительного периода создания автоматизированной системы пользователи получают систему, не удовлетворяющую их потребностям. Модели (как функциональные, так и информационные) автоматизируемого объекта могут устареть одновременно с их утверждением. От перечисленных недостатков свободна спиральная модель разработки автоматизированной системы, в которой делается упор на начальные этапы жизненного цикла:

анализ и проектирование. На этих этапах реализуемость технических решений проверяется путем создания прототипов. Каждый виток спирали соответствует созданию фрагмента или версии программного обеспечения, на нем уточняются цели и характеристики проекта, определяется его качество и планируются работы следующего витка спирали. Таким образом, углубляются и последовательно конкретизируются детали проекта и в результате выбирается обоснованный вариант, который доводится до реализации. Разработка итерациями отражает объективно существующий спиральный цикл создания автоматизированной системы. Неполное завершение работ на каждом этапе позволяет переходить на следующий этап, не дожидаясь полного завершения работы на текущем. При итеративном способе разработки недостающую работу можно будет выполнить на следующей итерации. Главная же задача – как можно быстрее показать пользователям автоматизированной системы работоспособный продукт, тем самым активизируя процесс уточнения и дополнения требований. Основная проблема спирального цикла – определение момента перехода на следующий этап. Для ее решения необходимо ввести временные ограничения на каждый из этапов жизненного цикла. Переход осуществляется в соответствии с планом, даже если не вся запланированная работа закончена. План составляется на основе статистических данных, полученных в предыдущих проектах, и личного опыта разработчиков автоматизированных систем. В рамках спиральной модели жизненного цикла широкое распространение получил один из подходов к разработке программного обеспечения, известный как методология быстрой разработки приложений RAD (Rapid Application Development). Эта методология включает в себя три составляющие: небольшая команда программистов (от 2 до 10 человек); короткий, но тщательно проработанный производственный график (от 2 до 6 мес.);

повторяючийся цикл, при котором разработчики по мере того, как приложение начинает обретать форму, запрашивают и реализуют в продукте требования, полученные через взаимодействие с заказчиком. Команда разработчиков должна представлять собой группу профессионалов, имеющих опыт в анализе, проектировании, генерации кода и тестировании программного обеспечения с использованием CASE-средств, способных хорошо взаимодействовать с конечными пользователями и трансформировать их предложения в рабочие прототипы.

Жизненный цикл программного обеспечения в соответствии с методологией RAD состоит из четырех фаз: анализа и планирования требований; проектирования; построения; внедрения.

Список использованных источников

1. Вендров А.М. Проектирование программного обеспечения экономических информационных систем. М. : Финансы и статистика, 2000. 352 с.
2. Канер С., Фолк Д., Кен Нгуен Е. тестирование программного обеспечения: Пер. с англ. Киев : ДиаСофт, 2000. 544 с.
3. Соммервилл И. Инженерия программного обеспечения. М.; СПб.; Киев : Изд. дом «Вильямс», 2002. 624с.
4. Фридман А.Л. Основы объектно-ориентированной разработки программных систем. М.: Финансы и статистика, 2000. 200с.
5. Гагарина Л.Г. Основы технологии и разработки программных продуктов: Учебник. М. : ФОРУМ – ИНФРА, 2006.
6. Семенов М.И., Трубилин И.Т., Лойко В.И., Барановская Т.П. Архитектура компьютерных систем и сетей. Учебное пособие. М. : Финансы и статистика, 2004. 320с.

7. Советов Б.Я., Цеханковский В.В. Информационные технологии. М. : Высшая школа, 2003.

8. Информатика: Учебник / под редакцией Н.В. Макаровой. М. : Финансы и статистика, 2005. 480 с.

Анна Сакута

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ТРАДИЦІЙНІ ТА ЕЛЕКТРОННІ ЗАСОБИ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ: ДИНАМІКА ВИКОРИСТАННЯ

Стаття присвячена дослідженню динаміки використання традиційних та електронних видань за результатами опитування: стать, вік, досвід, стабільність використання. Внаслідок інформаційного прогресу суспільство дізнається необхідну інформацію через електронні носії. Але інколи інформація на друкованих носіях буває найбільш доцільною та сприятливою.

Ключові слова: традиційні видання, електронні видання, електронний носій, інформація.

Статья посвящена исследованию динамики использования традиционных и электронных изданий по результатам опроса: пол, возраст, опыт, стабильность использования. Вследствие информационного прогресса общество узнает необходимую информацию через электронные носители. Но иногда информация на печатных носителях бывает наиболее целесообразной и благоприятной.

Ключевые слова: традиционные издания, электронные издания, электронный носитель, информация.

The article is devoted to the study of the dynamics of the use of traditional and electronic publications on the results of the survey: gender, age, experience, stability of use. As a result of information progress, society learns the necessary information through electronic media. But sometimes information on printed media is the most expedient and beneficial.

Keywords: traditional editions, electronic editions, electronic media, information.

Постановка проблеми. Саме зараз відбувається поступовий перехід звичайних друкованих видань в електронну форму.

Цифрові та комп'ютерні технології успішно впроваджуються в усі напрямки громадського життя, у тому числі й у інформаційні комунікації.

Користувачі швидко звикають до інформації на електронних приладах.

Але іноді інформація на друкованих носіях є більш актуальною і корисною.

З'ясувати вирішення проблеми вибору покликане це дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. При написанні цієї статті взято до уваги наукові роботи вітчизняних вчених та матеріали науково-практичних конференцій. У цих виданнях досліджується проблема вибору між традиційним та електронним виданнями. У нашому дослідженні запропоновано прослідкувати визначити динаміку використання засобів передачі інформації, що є актуальним на даний час.

Метою дослідження є виявлення потреб на традиційні та електронні засоби передачі інформації.

Завдання:

- провести порівняльний аналіз використання традиційних та електронних видань за результатами опитування;
- виявити потреби на традиційні та електронні засоби передачі інформації.

Виклад основного матеріалу. В еру інформаційних технологій, базою якої є використання персональної комп'ютерного обладнання, покладені три головні принципи: інтегрованість, гнучкість, інтерактивність. Інтегрованість забезпечує системний підхід до розв'язання поставлених задач внаслідок об'єднання можливостей, як технічних, так і програмних засобів. Гнучкість дозволяє динамічно і невеликими зусиллями виконувати поставлені завдання. Інтерактивність в свою чергу дозволяє динамічно переналагоджувати завдання з врахуванням конкретних вимог.

«Важливе місце в організації сучасних інформаційних технологій займає комп'ютер, який створює широкі можливості для накопичення необхідної інформації (рефератів, книг, статей, доповідей, результатів

досліджень), забезпечення аналітичної обробки великих масивів даних, пересилання інформації та її збереження в електронному вигляді тощо» [1, 52].

Але час від часу люди читають традиційні друковані видання. Причина цього – психологічне сприйняття. Деякі вважають, що паперові видання більш практичні та комфортні, а інші полюбляють їх за сентименти. Також виявляється, що саме лист стимулює так звану ретикулярну зону мозку, активує систему, яка фільтрує та це приносить ясність в основну частину інформації, на якій ми концентруємось. Поглинання інформації з паперу сприяє кращому її утриманню в пам'яті та підвищенню продуктивності. Але друкована інформація не завжди добра для розуміння та фіксації у пам'яті, як цифрова. Корисно пам'ятати, що всі медіа і технології мають свої інтерфейси. Інтерфейс паперу в деяких випадках може краще впливати на запам'ятовування і засвоєння складної інформації, ніж електронні пристрої.

Порівняльний аналіз можливостей друкованих видань та електронних девайсів полягає у тому, що за таблицями ефективності ті функції традиційних друкованих видань та оповіщень в електронному вигляді здійснюються дослідження сучасної інформаційної середовища з точки зору опитаних людей різного віку, за яким будуть зроблені висновки.

Таблиця 2.1

Ефективність використання друкованих видань

Переваги	Недоліки
1.Зручність використання – можна читати будь-де	1.Необхідний друк накладу
2.Читач отримує відразу повний комплект інформації	2.Частина тиражу залишається не розкупленою

3. Інформація всіх категорій уміло скомпоновано	3. Необхідно використовувати службу доставки
	4. Доставка за межі країни істотно обмежена
	5. Важко робити тематичні добірки інформації з підшивки;
	6. Незручно збирати підшивки газет і журналів
	7. Вкрай утруднений пошук необхідної статті в підшивці
	8. Важко використовувати знайдені матеріали для часткового відтворення
	9. Помилки, допущені при друці, не підлягають виправленню

Як бачимо, негативних сторін у традиційних друкованих видань в три рази більше, ніж позитивних. А тепер проаналізуємо ці сторони в електронних засобах передачі інформації.

Таблиця 2.2

Ефективність використання електронних видань

Переваги	Недоліки
1. Відсутня процедура тиражування	1. Необхідно мати комп'ютер, модем і телефон (або виділену лінію)
2. Читач конкретного номера газети (журналу) потенційно є користувачем Інтернету	2. Необхідно платити за підключення до Інтернету

3. Доставка номера автоматично забезпечується системою Інтернет	3. Читати і дивитися матеріали можна тільки на комп'ютері (хоча можна і роздрукувати)
4. Газета однаково доступна всім користувачам Інтернет незалежно від місця проживання	4. Розсіюється увага від великої кількості цікавої інформації
5. Легко робити тематичні добірки інформації. Деякі видання ведуть такі добірки, а у деяких є спеціальні пошукові служби в архіві видання	
6. Можна читати (знайомитися зі змістом) видання на незнайомій іноземній мові, використовуючи спеціальне програмне забезпечення, що забезпечує автоматичний переклад тексту	
7. «Електронна підшивка» за рік займає усього кілька мегабайт пам'яті, і може бути організована відповідно до інтересів користувача	
8. Наявні фрагменти статей можна легко використовувати для роботи (копіювати, переробляти, цитувати)	
9. Виявлені помилки легко виправляються	
10. Читач може легко познайомитися з виданням, не	

купуючи його	
11. Існують різні варіанти доставки електронного видання: WWW, електронна пошта, електронне розсилання, FTP	

Тут переваг значно більше, ніж у попередній таблиці, але все ж таки є свої недоліки.

За опитуванням, респонденти (36) якого є студентами та викладачами різних інститутів Одеського національного політехнічного університету, маємо такі дані:

1) Студентки (8), 17-18 років, спеціальність – соціальна робота . Переважає думка, що електронні видання, більш практичні, ніж традиційні.

2) Студентки (5), 18-19 років, спеціальність – соціальна робота. Також вважають, що електронні видання краще ніж друковані. На її думку, ніхто вже не читає паперові видання.

3) Студенти (4), 20-21 років, спеціальність – програмування. Вважає, що в ХХІ столітті люди повинні користуватися тільки Інтернет – виданнями, що зламаний комп'ютер чи смартфон – це не проблема (завжди можна відновити роботу системи).

4) Студенти (3), 19 років, спеціальність – хімія. Використовують як електронні, так і друковані носії інформації.

5) Викладачі університету (16). Вважають, що в залежності від ситуації можна використовувати і традиційні видання, і електронні.

На вибір носія інформації впливають такі фактори як вік та місце роботи або навчання. Наприклад, студенти – програмісти користуються

тільки Інтернет – виданнями, бо це зручно та вигідно, на їхню думку, а якщо виникнуть деякі проблеми з системою, вони зможуть її полагодити.



Рис. 2.1 Переваги та недоліки традиційних друкованих та електронних видань

Аналіз переваг та недоліків традиційних друкованих та електронних видань за соціологічних опитуванням довів, що кожен з видів доповнює один одного, і це наводить на думку про необхідність компанувати обидва засоби передачі інформації. Друковані видання націлені на конкретну тематику, а сучасні електронні видання дають можливість знайти цю тематику в різних ресурсах мережі Інтернет. Адже електронне видання – це аналог традиційного друкованого.

Висновки і пропозиції. 1. Згідно результатам опитування, студенти технічних спеціальностей більш скептично відносяться до друкованих видань та вважають, що електронне читання більш комфортне та доступне

у будь – який час. Люди гуманітарної спрямованості припускають, що ці два типи передачі інформації доповнюють один одного.

2. На даний час електронні засоби комунікації стійко закріпилися у житті суспільства. Вони стрімко покращуються та розвиваються. В чомусь електронні засоби комунікації стають простішими та зручнішими для користувачів, а в чомусь більш складними. А також вони дають більше можливостей, особливо, економію часу та ресурсів. Але не варто нехтувати традиційними засобами передачі інформації.

Список використаних джерел

1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публікейшнз : монографія; Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ, 2005. 437 с.

2. Сучасні інформаційні технології для бібліотек та менеджмент науково-освітніх мереж : матеріали I-V Міжнародних шкіл-семінарів. *Проект Tempus-Tacis CP-20552-99*. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». Київ, 2002. 135 с.

Иброхим Исмойилов

Бухарский автомобильно-дорожный колледж

Бухара, Узбекистан

SOLIDWORKS БУДЕТ ПОМОГАЕТЬ ИНЖЕНЕРАМ В ПРИМИНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ ПРОДУКЦИИ

Интернет продукты в промышленности это новое революционное понятие и инженерам в различных отраслях промышленности будет поставлена задача превращения их продуктов для следующего подключения к устройствам. Интернет вещи (Internet of Things, IoT) и смарт-устройства будут иметь бюджет четыре триллиона долларов к 2020 году. "Если вы собираетесь стать лидером на вашем рынке, вы будете подключать устройства к облаку" сказал Кишор Боялакунта, старший директор по управлению портфелем продукции на SOLIDWORKS.

Ключевые слова: Интернет вещи, SolidWORKS, промышленность, продукт, экосистема, подсистемы, пользователи, анализ.

Internet products in the industry are a new revolutionary concept and engineers in various industries will be tasked with converting their products to the next connected to devices. Internet stuff (Internet of Things, IoT) and smart devices will have a budget of four trillion dollars by 2020. "If you are going to become a leader in your market, you will connect devices to the cloud," said Kishor Boyalakunta, senior director of product portfolio management at SOLIDWORKS.

Unfortunately, creating a product and connecting it to devices is not as easy as it seems to us. This requires a new set of skills and tools for engineers through mechanical, electrical, software and systems at the design task level. As a result, software engineering vendors, such as SOLIDWORKS, offer engineers tools to help ensure that their next designs will be successful for connecting to devices [5].

Key words: Internet things, SolidWORKS, industry, product, ecosystem, subsystem, users, analyze.

К сожалению, создание продукта и подключенное его к устройствам не так просто, как нам кажется. Для этого требуется новый набор навыков и инструментов для инженеров через механические, электрические, программное обеспечение и системы на уровне задач проектирования. В

результатом поставщики инженерного программного обеспечения, такие как SOLIDWORKS, предлагают инженерам инструменты, чтобы помочь гарантировать, что их следующей конструкции будет успешным для подключения к устройствам [5].

Стратегия Solidworks для Интернет вещей

Основная анатомия подключения к устройствам включает в себя три этапа. Во-первых, есть основная сборка. Это стандартные компоненты конструкции, которые отвечают их предполагаемую функцию. Во-вторых, вы будете нуждаться в мощности и датчики, которые дают устройству способность собирать данные. И, наконец, ваша конструкция будет необходимо подключить устройство к сети Интернет для распространения и оценки данных и позволяют дистанционно управлять объектом.

Другими словами, три основных этапа дизайна Интернет вещей это:

- а) сам продукт;
- б) подключение к Интернету
- в) контролирующий продукт и удаленные данные.

SOLIDWORKS PCB Слияния электронных и механических CAD

SOLIDWORKS PCB стирает грань между механической и электрической конструкции CAD. Эти устройства Интернет вещей не только должны быть спроектированы механически, они должны быть разработаны в электронном виде. Altium утилита позволяет более тесной интеграции механических и электрических САПР (MCAD и ECAD) данных без необходимости конвертора. Это позволяет инженерам создавать 3D CAD изображения на основе электрического дизайна и использовать их в экосистеме Solidworks, чтобы гарантировать, что механическая конструкция и электрическая конструкция хорошо работают вместе [1].

Подключение к экосистемама Solidworks для Интернет вещей

Следующим шагом в конструкции Интернет вещей является обеспечение того, что оно будет подключаться к сети. Это функция, которая Xively утилита может заполнить. Xively является платформой Интернет вещей, которая обеспечивает управление и прикладные модули для создания высокоскоростной связи. Возможности управления Xively предоставляют в состоянии отследить, как компании, пользователи и партнеры взаимодействуют с продуктом. Он ориентирован на захват идентификаторов пользователя, настройки ценных бумаг, аутентификации и создания каталогов текущего состояния устройства [3].

Подключенные к устройствам, нужны данные в Analytics,
управления и сводки

После того, как продукт подключен, он будет собирать много данных. Xively и Netvibes оба обеспечивают облако хранения, так что пользователи могут анализировать данные, собранные из устройства. С помощью этих данных, компании могут изменить отношения которые они имеют со своими пользователями. Они могут принять более активный подход к обслуживанию клиентов и улучшения пользовательского опыта. Если продукт нуждается в техническом обслуживании, или имеет частей, которые нужно изменить, вы будете обновлять клиентов для замены и технического обслуживания. Как данные можно использовать, чтобы найти недостатки в конструкции, которые вы никогда не думали раньше? Ответ должен выполнять аналитику данных Интернет вещей и создавать полезные информационные панели для мониторинга результатов данных посредством графиков и диаграмм. Это может быть сделано с возможностями программирования перетащить и Netvibes. Netvibes автоматически генерирует диаграммы и графики, а также пользователи могут исследовать данные визуально. С помощью Netvibes пользователи

могут просто перетащить две диаграммы вместе, чтобы мгновенно сравнить их и выявить тенденции и корреляции [4].

Пользователи Netvibes могут посылать команды на свои устройства Интернет вещей используя набор инструкций под названием Potions. Potions создаются с помощью перетаскивания и отпущения, которое упрощает процесс программирования для новых пользователей. Potions основано на одном или нескольких аналитических триггерах, которые активизируют набор инструкций, которые должны выполняться системой Интернет вещей. После определенных условий в данных или анализа данных Potions покажет устройстве или в приложении, что нужно сделать из следующих действий. Например, если аналитические данные свидетельствуют о том, что некоторые части вибрирует, Potions может уведомить ведущего инженера. Это поможет сократить дорогостоящие срывы [2].

Список использованных источников

1. Adams V., Askenazi A. Building Better Products with Finite Element Analysis. On World Press
2. Kurowski P. Engineering Analysis with SOLIDWORKS Simulation. SDC Publications
3. Tran Paul SOLIDWORKS 2016 Intermediate Skills 2016, SDC Publications, 2016
4. Schilling Paul, Shih Randy Parametric Modeling with SolidWorks. SDC Publications, 2014
5. Matsson John An Introduction to SOLIDWORKS Flow Simulation. SDC Publications, 2016

Софія Церковна

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

КОВОРКІНГОВІ ЗОНИ ЯК НОВІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕК

У статті проведено аналіз наукових та науково-практичних джерел за темою дослідження. Визначено основну проблему та протиріччя, які виявляються під час втілення в роботу бібліотек інноваційних технологій, зокрема «бібліоковоркінгу». На основі вже існуючого досвіду зарубіжних та вітчизняних бібліотек започатковано пошук шляхів ефективного вирішення існуючої проблеми, які сприятиме організації внутрішнього середовища бібліотеки відповідно до європейських культурних норм та зростаючих потреб громади.

Ключові слова: бібліоковоркінг, інноваційні технології, коворкінгові зони, бібліотека, інформаційні комунікації.

В статтє проведен анализ научных и научно-практических источников по теме исследования. Определена основная проблема и противоречия, которые выявляются в ходе воплощения в работу библиотек инновационных технологий, в частности «библиоковоркингу». На основе уже существующего опыта зарубежных и отечественных библиотек начат поиск путей эффективного решения существующей проблемы, которые будут способствовать организации внутренней среды библиотеки в соответствии с европейскими культурными нормами и растущими потребностями общества.

Ключевые слова: библиоковоркинг, инновационные технологии, коворкинговые зоны, библиотека, информационные коммуникации.

The article provides an analysis of scientific and scientific-practical sources on the subject of research. The main problem and contradictions that are revealed during the implementation of the work of the libraries of innovative technologies, in particular, «bibliocoworking», are determined. Based on the existing experience of foreign and domestic libraries, the search for ways to effectively solve the existing problem, which will contribute to the organization of the internal environment of the library in accordance with European cultural norms and the growing needs of society.

Keywords: bibliocoworking, innovative technologies, coworking zones, library, information communications.

Постановка проблеми. Значення кожної окремої бібліотеки у сучасному інформаційно-комунікаційному просторі визначається, у першу чергу наявністю висококваліфікованих фахівців і креативних, інформаційно-комунікаційних технологій. Бібліотечні заклади в багатьох країнах світу мають досвід бути заміною офісу, домашньому кабінету або коворкінгу (вільної зони, простору) для фрілансерів, віддалених співробітників, програмістів, дизайнерів, перекладачів і підприємців. Розвинуті бібліотеки України, які постійно працюють зі своїми користувачами на засадах відкритості, демократичності та плідного співробітництва, вже здавна знайшли засоби та кошти для оновлення дизайну приміщень, підвищення професійного рівня кадрового складу, придбання технічних засобів з метою успішного використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у обслуговуванні. Але, ще є багато бібліотек, яким це ще не доступно, хоча інтелектуальний потенціал, фонд, наявність простору для коворкінгових зон відповідають самим кращим бажанням. Це протиріччя спонукає до пошуку шляхів ефективного вирішення існуючої проблеми з метою підвищення рівня інформаційно-комунікаційного обслуговування і відповідності потребам громадськості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Джерельна база дослідження заснована, насамперед, на законах України «Про інноваційну діяльність»[1], та «Про бібліотеки і бібліотечну справу»[2].

Огляд наукових джерел дозволив з'ясувати, що проблемні питання пов'язані із темою дослідження вже частково обговорювались на сторінках друкованих та Інтернет-видань. За останні роки вони розглядались у працях видатних вітчизняних науковців, наприклад, у монографії В. Горового за редакцією Л.А. Дубровіної «Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс» [3], у статті Л.В. Присяжної «Bibliocoworking у структурі сучасних інформаційних комунікацій» [4], у

матеріалах конференцій [5], на порталах та форумах бібліотечних фахівців [6; 7].

Метою статті є визначити особливості створення коворкінгових зон в бібліотеці.

Предмет – особливості створення коворкінгових зон в бібліотеці.

Завдання:

1) охарактеризувати зміст поняття «коворкінг» як складової побудови нового рівня комунікації зі споживачами, що відповідає потребам інформаційного суспільства;

2) визначити особливості створення коворкінгових зон на прикладі зарубіжних та вітчизняних бібліотек.

Виклад основного матеріалу. Інновація являє собою техніко-економічний процес, який завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій. Інноваційна діяльність в Україні регулюється відповідним законом [1]. Бібліотечна справа

Інновації у бібліотечній справі – основний чинник, що зумовлює безперервні зміни в інформаційному середовищі, сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності інформаційно-комунікаційних систем.

На думку В. Горового, «коли бібліотечні заклади як загальносуспільні інформаційні центри стануть також центрами передового досвіду, наукової думки, просвіти й освіти для категорій громадян, що долучаються до сучасних інформаційних технологій, та вводять їх у свій спосіб життя» [3, 37].

Ідеально створений коворкінговий простір у бібліотеці передбачає, що до послуг відвідувачів є обладнані конференц-зала, Інтернет-

майданчик, кінозал, релакс-зона, місце для клубного спілкування, приміщення для групової та індивідуальної роботи, де вони матимуть змогу проводити конференції, семінари, тренінги, презентації, лекції, майстер-класи, зустрічі, організувати художні та фотовиставки. Це надає можливість вийти на абсолютно новий рівень роботи бібліотеки, проведення змістовного дозвілля городян, об'єднання груп людей різних вікових категорій та соціального статусу, налагодження внутрішніх і зовнішніх інформаційних комунікацій.

Л.В. Присяжна стверджує, що більшість коворкінг-центрів пропонують резидентам як постійні, так і «плаваючі» місця – роботу на будь-якому вільному місці, не закріпленому за іншим учасником або командою. У «гостьовому» форматі коворкінг-центри надають відвідувачам короткостроков уоренду місць, переговорних кімнат і офісної інфраструктури [4].

Така модель роботи є прийнятною для тих фрилансерів, котрим не потрібно проводити зустрічі, а необхідне комфортне середовище й Інтернет. Зарубіжні книгозбірні широко практикують надання послуг коворкінг-зон у денний і нічний часи. Уночі за плату надається робоче місце, можна користуватися всіма сервісами: книгами, комп'ютерами, WiFi [5].

Бібліотечні фахівці впевнені, що бібліотеки є найпривабливішим місцем для створення коворкінгу. Адже в бібліотек є інформаційно-комунікаційне мікросередовище, що сприяє накопиченню знань.

Крім того, бібліотека має можливість надати фізичний простір для того, щоб люди збиралися разом, обговорювали щось, створювали ініціативи на локальному рівні тощо.

Про перспективу *bibliocoworking* говорить досвід бібліотеки № 10 м. Гельсінкі. У 2005 р. співробітники бібліотеки зважилися на експеримент –

змінити традиційний простір, враховуючи потреби нових читачів. Через 13 років практики визнають, що головна функція бібліотеки нового формату – надати відвідувачам простір, обладнання та ноу-хау, а далі вони вже самі зможуть вирішити, що з усім цим робити [6]. Водночас бібліотекарі допомагають відвідувачам знайти потрібну книгу або аудіозапис, надають комп'ютерну допомогу, безкоштовно видають канцтовари. Серед додаткових послуг – консультації з пошуку роботи або курси комп'ютерної грамотності (що є особливо актуальним для людей старшого віку).

Публічні бібліотеки України, вивчаючи досвід зарубіжних бібліотек, також створюють коворкінг-зони. У 2017 р. коворкінг-центр відкрито на базі Шосткинської центральної міської бібліотеки за ініціативи міського голови для підтримки креативної молоді — старшокласників та студентів, котрі прагнуть розвиватися. Це проект, який надає можливість італановитим особистостям проявити себе в ІТ-технологіях. У коворкінгу є все необхідне для роботи та комфорту: комп'ютери з Інтернетом, 3D-принтер, зручні меблі, зона для відпочинку. Загалом у коворкінг-центрі обладнано 11 робочих місць з комп'ютерами, можна використовувати і власні гаджети. Учасники коворкінгцентру мають можливість спілкуватися, знайомитися та обмінюватися ідеями, допомагати один одному, на відміну від роботи вдома. До основної групи коворкінгу входить 20 осіб. Вони контролюють роботу стажерів. На базі центру відбуваються семінари та тренінги, під час яких учасники можуть навчатися, обговорювати питання та ділитися досвідом [7].

Висновки і пропозиції. Аналіз наукових та науково-практичних джерел надав змогу з'ясувати, що коворкінгові зони зазвичай створюються відповідно до конкретного виду діяльності або за тематикою або за певним форматом. Серед них бібліотечні коворкінгові зони відрізняються своїми

комунікативними можливостями, високим професіоналізмом персоналу, різноманітням інформації на різних носіях.

Інноваційні перетворення сприяють побудові цілком оновленого внутрішнього інформаційно-комунікаційного простору та змінам уявлення про бібліотеку як книгозбірню. Принципово новий простір найбільш є використаним молоддю.

Створення коворкінгових зон залежить від наявності необхідних складових та організації внутрішнього середовища бібліотеки відповідно до європейських культурних норм та зростаючих потреб громади. Без підтримки громади, волонтерства, співпраці з користувачами, партнерства на постійній основі зі спонсорами і меценатами, без участі у міжнародних програмах і грантах належна перебудова може залишитися на рівні проекту.

Практичне значення статті полягає у тому, що порушена тема далі розвиватиметься у наших дослідженнях, покликаних сприянню адаптації та соціалізації нового покоління, професійної вихованню національної гідності громадянина України.

Перспектива подальших досліджень – це впровадження технологій коворкінгу в роботу бібліотек закладів освіти різних рівнів та публічних бібліотек. Це модернізація фізичних просторів відповідно до потреб сучасних користувачів, підвищення економічної ефективності, використання можливостей бібліоковоркінгу як інструменту трансформації інформаційного сервісу та платформи для об'єднання й самореалізації жителів певної громади.

Список використаних джерел

1. Про інноваційну діяльність : Закон України редакція від 05.12.2012, підстава - 5460-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 11.10.2018).

2. Про бібліотеки і бібліотечну справу : Закон України редакція від 01.01.2017, підстава - 1801-VIII / Верховна Рада України. URL: (дата звернення: 11.10.2016).

3. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія / наук. ред. Л. А. Дубровіна. – Київ, 2010. 360 с.

4. Присяжна Л. В. *Bibliosoworking* у структурі сучасних інформаційних комунікацій. *Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору*: праці міжнародної наукової конференції. (Київ, 4-6 жовтня, 2016). Київ, 2016. URL: <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/849> (дата звернення: 19.10.2018)

5. Бережна К. С. Коворкінг як напрям соціокультурної діяльності публічних бібліотек України. *Культура та інформаційне суспільство XXI століття*: праці всеукраїнської науково-теоретичної конференції молодих учених. (Харків, 26-27 квіт. 2018 р.). Харків, 2018. С.248-249. URL: http://dspace.zsmu.edu.ua/bitstream/123456789/7770/1/conf_2018_04.pdf. (дата звернення: 19.10.2018)

6. Музична бібліотека в Хельсінкі. *Rutraveller*. URL: <http://www.rutraveller.ru/place/148947> (дата звернення: 19.10.2018)

Наталія Ковальчук

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Київ, Україна

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ НАЦІОНАЛЬНОЮ БІБЛІОТЕКОЮ: ДОКУМЕНТАЦІЙНО-ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ

У публікації аргументовано доцільність використання сучасних інформаційних технологій в організації документування управлінської діяльності національної бібліотеки. Як одні із перспективних інновацій вони сприяють оперативному обробленню ділової інформації, що дає змогу керівникам приймати ефективні управлінські рішення.

Ключові слова: інформаційні технології, організація документування, управлінська діяльність, національна бібліотека.

В публикации аргументировано целесообразность использования современных информационных технологий в организации документирования управленческой деятельности национальной библиотеки. Как одни из перспективных инноваций они способствуют оперативной обработке деловой информации, что позволяет руководителям принимать эффективные управленческие решения.

Ключевые слова: информационные технологии, организация документирования, управленческая деятельность, национальная библиотека.

The publication substantiates the expediency of using modern information technologies in the organization of documenting the management of the national library. As one of the promising innovations they facilitate the prompt processing of business information, which enables managers to make effective management decisions.

Key words: information technologies, documenting organization, management activity, national library.

Протягом останніх десятиліть в Україні відбуваються суттєві зміни в сучасній інформаційній інфраструктурі, які зумовлені інтеграцією України у світовий інформаційний простір. Інформаційні технології (персональні комп'ютери, програмне забезпечення) мають цінність за умови не індивідуального, а загального користування.

Становлення інформаційного суспільства у світі впливає на різні галузі життєдіяльності українського суспільства як відкритої та динамічної системи. Нині національна бібліотека України є потужним комунікаційним центром, що відіграє важливу роль у процесах побудови інформаційного суспільства. Вона забезпечує формування й використання основного суспільно доступного інформаційного ресурсу, сприяє формуванню й задоволенню інформаційних потреб соціуму як одного з визначальних компонентів інформаційної інфраструктури. Ці аспекти й визначають її роль у процесі інформатизації, зокрема, організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб, реалізації прав громадян і суспільства на основі створення, розвитку, використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, побудованих на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки [1].

Реалії сьогодення вже надають приклади здійснення переходу від традиційних методів управління до інформаційно-технологічних, що забезпечує ефективну інтеграцію у сфері управлінських рішень. Сучасні інформаційні технології управління перетворилися у вирішальний чинник розвитку й конкурентоспроможності будь-якої установи. Водночас, бібліотека як відкрита складна структура має загальні для всіх установ характеристики, зокрема залежність від зовнішнього середовища, ресурси, горизонтальний і вертикальний розподіл праці, організаційну і технологічну структуру, необхідність управління. Цей підхід обумовлює сприйняття управління бібліотекою як процес планування, організації, мотивації і контролю, необхідні для формування та досягнення цілей [4].

Важливими чинниками для забезпечення результативної діяльності національної бібліотеки є організація роботи з документами як складові

процесу управління, зокрема, у практичній діяльності чітко простежуються такі основні напрями:

- управлінська діяльність з організації взаємодії із зовнішнім середовищем, зокрема на ринку інформаційних продуктів і послуг;

- управлінська діяльність з координації дій у внутрішньому середовищі бібліотеки, забезпечення узгодженості технологічних процесів і дій працівників з метою досягнення конкретних результатів;

- техніко-технологічна діяльність бібліотеки, яка обумовлена глобальною інформатизацією суспільства й активно реалізується шляхом застосування й освоєння в бібліотеці нових технічних засобів і комп'ютерних технологій, створення інноваційних груп і нових відділів [3].

Як відомо, основу управління установою складає спеціально підготовлена інформація, тому інформаційні системи є невід'ємною складовою управління організацією. Внутрішня інформаційно-управлінська система національної бібліотеки – це сукупність інформаційних процесів (елементи обробки інформації, внутрішні й зовнішні канали передачі) для задоволення потреб в інформації на різних рівнях прийняття рішень.

Автоматизована інформаційна система – система, що реалізує інформаційні технології в галузі управління при роботі управлінського персоналу на базі технічних засобів. До сучасних технічних засобів автоматизації ділових процесів управлінської діяльності відносять:

- персональні комп'ютери, об'єднані в мережі;
- системи для обробки текстів;
- копіювальні машини;
- комунікаційні засоби та способи зв'язку;

- засоби для автоматизації вводу архівних документів і пошуку інформації на нетрадиційних носіях;
- засоби для обміну інформацією: комп'ютерні мережі, електронна пошта;
- відеоінформаційні системи.

Відзначимо, що на сьогодні основними тенденціями розвитку інформаційних технологій є:

- удосконалення форм і методів управління системами інформаційного забезпечення;
- централізація й інтеграція комп'ютерних банків даних;
- упровадження новітніх комп'ютерних інформаційних технологій для ведення обліку;
- застосування спеціалізованих засобів захисту інформації.

Таким чином, у сучасних умовах характерним є застосування новітньої комп'ютерної та телекомунікаційної техніки, що ґрунтується на використанні високоефективних інформаційно-управлінських технологій, зокрема єдиної локальної комп'ютерної мережі. Це дозволяє забезпечити вирішення таких важливих завдань:

- ефективна координація внутрішньої діяльності установи;
- своєчасний доступ до інформаційних даних, оперативне поширення різноманітних повідомлень та одержання відповідей на поточні запити;
- звільнення управлінців усіх ланок від малопродуктивної ручної праці (збір інформації, складання звітів), виділення необхідного й неперервного часу на високоефективні види діяльності (аналіз, прийняття рішень тощо);
- скорочення паперових потоків документообігу й перехід на безпаперове діловодство;

– використання якіснішої технології системного аналізу та проектування оперативного управління на нижній і середніх ланках управління.

Отже, сучасні інформаційні технології (нові носії інформації, способи запису даних, відтворення, зберігання й пошук інформації тощо), засоби інтернету надають фахівцям організаційно-управлінських, інформаційно-аналітичних і діловодно-кадрових служб можливість оперативно організувати управлінські процеси, формувати електронні архіви та бази даних в інтерактивному режимі; а також створювати проекти й налагоджувати професійні комунікації щодо забезпечення ефективної діяльності національної бібліотеки.

Список використаних джерел

1. Костенко Л. Й. Бібліотека суспільства знань: концептуальна модель // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2006. № 1. С. 23–28.
2. Кумицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління : навч. посіб. Київ : МАУП, 2002. 224 с., табл.
3. Петрова Л. Г. Управління бібліотекою як об'єктом господарювання // Національна парламентська бібліотека. Київ, 2001. 54 с.
4. Сулова И. М. Стратегическое управление библиотекой. Москва : МЦБС, 2008. 256 с.

**Віолетта Лавренюк,
Андрій Нікулеско,
Даніїл Нур,
Ольга Овчаренко,
Сергій Побережний**

МОВЛЕННЄВІ І КОМУНІКАТИВНІ ПРИНЦИПИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

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

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

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

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

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

Keywords: presentation, speech culture, verbal communication, nonverbal communication.

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

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

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

Поняття «презентація» (лат. *praesentatio* – "представлення", "пред'явлення") [8] вживається у двох значеннях:

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

2. Документ, створений за допомогою комп'ютерної програми Power Point. Синонімами терміну «презентація» у цьому розумінні є поняття «комп'ютерна презентація» та «мультимедійна презентація». Презентація як комп'ютерний документ являє собою послідовність слайдів, тобто електронних сторінок, що змінюють одна одну. Демонстрація такого документа може відбуватися на екрані монітору

комп'ютера чи на великому екрані за допомогою спеціальних пристроїв – мультимедійного проектора, плазмового екрану, мультимедійного плато, телевізора тощо.

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

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

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

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

- «плакати». У цьому випадку презентація складається тільки з ілюстративного матеріалу. На слайдах – тільки ілюстрації з мінімумом

підписів, комп'ютер використовується як звичайний слайд-проектор. Уся б робота з пояснення змісту покладається на доповідача. Дуже бажаний єдиний шаблон оформлення;

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

- інтерактивний семінар створюється для проведення семінару в режимі діалогу з аудиторією. Стають допустимими різноманітні анімації, рухомі малюнки, фотографії, що обертаються, об'єкти навігації, і особливо – варіативні презентації: відповіді слухачів, їх реакції на запитання й твердження передбачають різні варіанти проведення презентації;

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

- «інформаційний ролик». Ролик має демонструватися самостійно й незалежно від доповідача, причому автоматично повертатися до його початку. Увесь показ проходить в автоматичному режимі. Презентація містить матеріали інформаційно-рекламного характеру, наочні матеріали, розраховані на швидке сприйняття. Напр., така презентація може використовуватися на виставках. Добре, коли така презентація супроводжується дикторським пояснюючим текстом, що звучить з колонок [12].

Презентації можна класифікувати і за такими ознаками:

1) *за кількістю медіазасобів:*

-мультимедіа (звуки, зображення, відеофрагменти);

-текстові (з мінімальним ілюструванням);

-комбіновані;

2) за призначенням:

-комерційні (здебільшого рекламного характеру);

-інформаційні;

- навчальні тощо.

За об'єктом презентації розрізняють такі її типи:

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

2) *презентація товару*. Мета: інформування цільового ринку про нову марку, товар або послугу; ознайомлення споживачів з новими можливостями товару, режиму роботи магазину тощо; досягнення віддання переваги марці та ін.;

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

ознаки реакції слухачів і використовувати пов'язану з цим важливу (цінну) інформацію. Особливі вимоги висуваються до структури презентації та засобів впливу: мова рухів, риторика, жестикуляція та структура допоміжних засобів (слайди, дошки тощо).

Хід презентації:

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

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

Хід презентації:

- привітання;
- формулювання мети презентації, представлення перебігу та тривалості її;
- формулювання мети проекту (так, як це визначено у проекті);
- доповідь згідно з основною структурою;

- перехід до дискусії через постановку запитань;
- ведення дискусії;
- підбиття підсумків дискусії;
- оголошення подальшого перебігу подій;
- подяка за увагу та прощання. Тривалість – мінімум 30 хв., максимум – 60 хв. плюс час на дискусію;

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

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

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

Презентація-ексклюзив. Мета: залучення нових клієнтів. Зазвичай проводиться невеликими фірмами вузької спеціалізації, які точно знають свою клієнтуру. Компанія запрошує незначну кількість потенційних

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

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

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

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

та в усіх засобах масової інформації, що підтримують акцію (на радіоканалах, у пресі, зовнішній рекламі, запрошеннях).

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

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

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

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

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

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

Норми бувають:

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

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

- звертання (пані; пане; панно; добродію; добродійко; друже; приятелю);
- вітання (Доброго ранку! Добрий день! Доброго дня! Добрий вечір! Добри вечір! Здрастуйте!);
- побажання (будьте щасливі; щасливої дороги; успіхів тобі (Вам); зичу радості (успіхів, гараздів);
- прощання (Прощайте! Прощавайте! До зустрічі! До побачення! Щасливо! Дозвольте попрощатися!);
- подяки (Спасибі! Дякую! Прийміть мою найсердечнішу подяку!);

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

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

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

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

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

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

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

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

5. Зважайте на те, що виступають промовці переважно перед аудиторією, яка складається з представників різних культур. Тому

вживайте нормативну та нейтрально забарвлену лексику, уникаючи кліше, жаргону, сленгу та ідіом, за винятком тих випадків, коли ви абсолютно певні, що більшість аудиторії їх зрозуміє;

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

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

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

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

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

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

Складовими *невербальної* (позамовної) комунікації є візуальний контакт, жести, експресія обличчя, міміка та пантоміміка, рухи тіла, загальний зовнішній вигляд, а також вимова, інтонація та модуляція голосу, темп мовлення, паузи.

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

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

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

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

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

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

В україністиці основними типами мелодики вважаються три:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Виходячи з цього необхідно:

- *визначити цільову аудиторію, її сегментний склад і кількість;*
- *узгодити бажаний результат і масштаби заходу з фінансовими можливостями фірми;*
- *вибрати ідеологію спілкування з цільовою аудиторією, оптимальний набір заходів і методів проведення презентації.*

Промовці, які вміють регулювати і слушно змінювати діапазон, висоту голосу, темп мовлення й інтонаційні моделі, уникаючи одноманітності звучання, сприймаються аудиторією як найкращі знавці своєї справи. Для того, щоб уникнути однотонності звучання, промовець має добирати образний і влучний мовний матеріал, шукати свої прийоми поєднання слів і виразів, часом епатажні, вигадані звороти, в результаті чого мовлення його набуватиме оригінальних ознак. Неабияке значення в подоланні одноманітності звучання мають навички володіння модуляцією власного голосу.

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

Список використаних джерел

1. Дементієвська Н.П., Морзе Н.В., Проектування, створення та використання навчальних мультимедійних презентацій як засобу розвитку мислення учнів. Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/ITZN/em2/content/07dnpsts.html>.

2. Лавренюк В.В. Розвиток фахового мовлення студентів на заняттях з української мови за професійним спрямуванням // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації : Зб. М-лів II Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів

та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року / під заг ред. В.Г. Спрінсяна. Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016. Одеса : ОНПУ, 2016. С. 449-455.

3. Лавренюк В.В., Вакарчук В.О. Оратор і аудиторія: контакт, вплив, взаємодія // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації : Зб. М-лів II Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Одеса, 24-25 березня 2016 року / під заг ред. В.Г. Спрінсяна. Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2016. Одеса : ОНПУ, 2016. С. 455-461.

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

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

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

7. Нісімчук А.С., Падалко О.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології: Навчальний посібник. К. : Видавничий центр «Просвіта», «Книга пам'яті України», 2000. 368 с.

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

9. Туркот Т.І. Педагогіка вищої школи: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К. : Кондор, 2011. 628 с.

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

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

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

Хаёт Исмойилов,

Фаёз Халилов

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПРОГРАММИРОВАННЫМИ ЛОГИЧЕСКИМИ СХЕМАМИ

Программирование и управление логическими интегральными схемами является одной из самых сложных задач для контроля их производительности. Программирование интегральных схем с использованием среды Quartus намного проще и понятнее.

Ключевые слова: DMIS, Verilog, VHDL, AHDL, Quartus, Max II, сигнал.

Programming and managing logic integrated circuits is one of the most difficult tasks to control their performance. Programming integrated circuits using Quartus is much simpler and clearer.

Ключевые слова: DMIS, Verilog, VHDL, AHDL, Quartus, Max II, signal.

Сегодня логическая интеграция интегральных устройств остается одной из важных сфер. Разработка промышленного программного обеспечения осуществляется программированием роботов и других автоматизированных устройств путем программирования аналогичных логических интегральных схем в автоматизации производственных процессов.

Программируемая логическая интегральная схема (DMIS) – это компонент, используемый для создания цифровых интегральных схем. В отличие от обычных цифровых микросхем, работа схемы осуществляется программированием без обнаружения фабрики [1].

Для программирования таких интегральных схем обычно используется один из языковых дескрипторов, таких как Verilog, VHDL, AHDL. Развертывание аппаратного языка - это среда программирования

четвертого типа, которая может быть опционально запрограммирована в логическую интегральную схему.

В этой статье будут обсуждаться некоторые особенности программируемой логической интегральной схемы AlteraCyclone III, среды программирования Quartus II и языков программирования Verilog HDL.

Сначала мы создаем новый проект в программной среде Quartus II и называем проект и заголовки одинаковыми. Если их имена разные, необходимы дополнительные настройки [2].

Во-первых, давайте посмотрим на вариант моделирования в среде Quartus II. В то же время интегральная схема не вставляется в компьютер, и создается формула, которая соединяет и выходит из виртуальной интегральной схемы, и результат виден. Выберите Max II EPM2210F324C3 в качестве интегральной схемы. Этот выбор служит виртуальной схемой, которая включает в себя все возможности существующих интегральных схем.

Мы создаем и загружаем новый файл Verilog HDL

модульная статья

(вход-вход, input1,

выходной выход);

назначить назначить = вход & вход1;

endmodule

код.

Здесь мы активируем два входа и один входной входной сигнал1 и один выходной выходной сигнал. Используя команду assign, мы будем взаимодействовать с входными сигналами формы входных сигналов входных сигналов.

Следующим шагом является установка контактов. Пин-программатор - это порты логической интегральной схемы, которые

предопределяют соединение с входными или выходными сигналами. Выберите Назначение-Pin-планировщик из среды Quartus II.

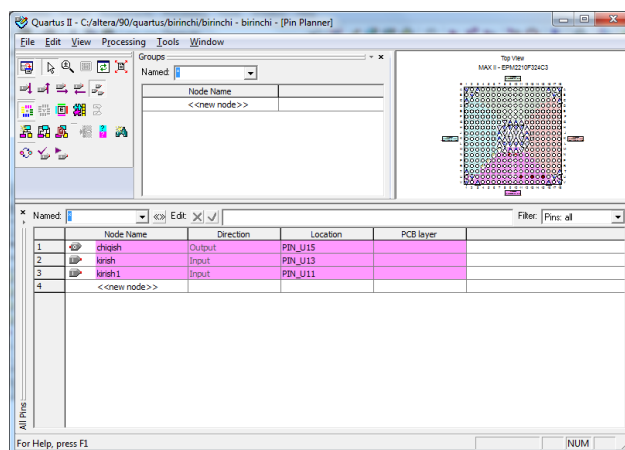


Рисунок 1. Подключение выводов, соответствующих сигналу.

При подключении пина нам нужно скомпилировать нашу программу. Для этого выберите Processing-Start compilation. Когда компиляция завершена, в результате нам открывается диалоговое окно. Если все сделано правильно, мы получим 2 предупреждения.

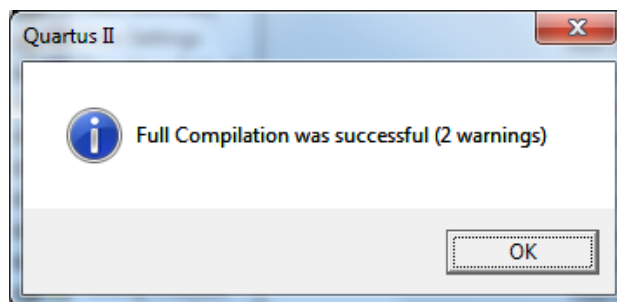


Рисунок 2. Результат компиляции.

Вам нужно создать временную диаграмму. Вам нужно создать новый векторный файл формы волны и переименовать его как модуль и имя файла заголовка.

Вставьте Node или Bus в форму VectorWaveformFile и введите входной и выходной сигналы. Мы добавим два значения к входному сигналу на основе таблицы истинности.

Таблица 1.

Таблица значений входного сигнала

<i>Kirish</i>	0	0	1	1
<i>Kirish1</i>	0	1	0	1

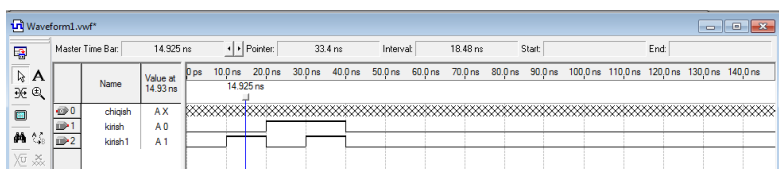


Рисунок 3. Подача значений сигналов

Сохраните изменения и перейдите к следующему шагу. На этом этапе мы можем увидеть результат, выполнив симуляцию. Выберите Process-SimulatorTool из среды Quartus II. Откроется окно симуляции экрана.

Его установки заключаются в следующем:

- Режим симуляции – функциональный
- Симуляция ввода – желаемое имя файла
- Период симуляции – запустите симуляцию, пока не будут использованы все векторные стимулы
- Параметры моделирования – параметры моделирования

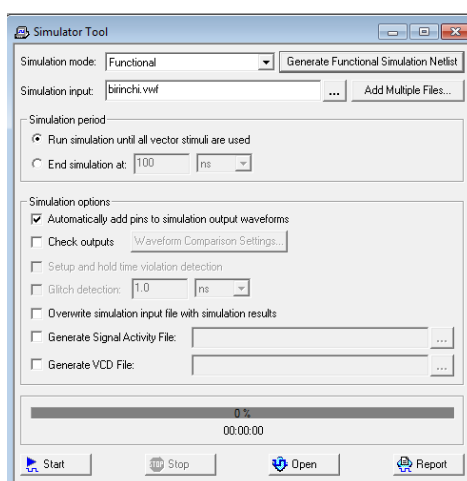


Рисунок 4. Окно SimulatorTool

Как только эти настройки будут завершены, вы можете нажать кнопку «Создать список функциональных симуляций» в окне «Средство моделирования» и получить сообщение об успехе.

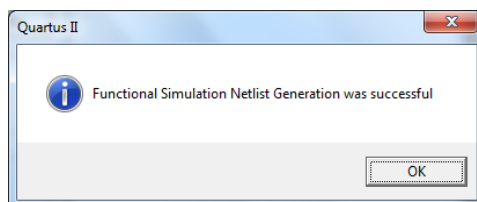


Рисунок 5. Результаты моделирования

Наконец, вы можете достичь конечного результата, нажав кнопку Пуск.

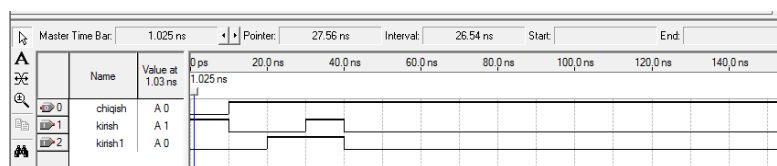


Рисунок 6.

Результат согласно таблице истинности. Здесь вы можете увидеть значения выходного сигнала.

Литература

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/ПЛИС>
2. Бибило П.Н., Авдеев Н.А. VHDL. Эффективное использование при проектировании цифровых схем. М.: Solon-Press, 2006. 344 с.

Олена Василенко

Євген Колесов

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті визначено сутність поняття «інформаційна діяльність», «електронний документ». Досліджено використання електронних документів Інтернету в роботі тележурналіста.

Ключові слова: інформаційна діяльність, електронний документ, Інтернет-ресурси, функції документа, інформація.

В статье определена сущность понятия «информационная деятельность», «электронный документ». Исследовано использование электронных документов Интернета в работе тележурналиста.

Ключевые слова: информационная деятельность, электронный документ, Интернет-ресурсы, функции документа, информация.

The article defines the essence of the notion of «information activity», «electronic document». The use of electronic documents of the Internet in the work of the TV journalist has been explored.

Keywords: information activity, electronic document, Internet resources, document functions, information.

Серед чинників ефективності роботи в будь-якій професійній сфері (торгівлі, промисловості, державному управлінні, бізнесі, рекламі), як показує вивчення різних професійних фокус-груп [6], зазвичай фігурує кваліфікація персоналу, рівень володіння фахівцями сучасною технікою та новими методами роботи. Для сфери тележурналістики це також не є винятком: успішне здійснення професійних функцій сьогодні значною мірою залежить від уміння тележурналістів використовувати множину доступних джерел інформації, у тому числі й новітніх – електронних документів - ЕД мережі Інтернет, а відтак – від їх користувацької компетентності й ефективності. Але тут постає питання, власне за якими

критеріями оцінювати цю ефективність використання Інтернет-ресурсів у роботі журналістів телебачення. На наш погляд, у визначенні критеріїв слід врахувати два аспекти. З одного боку, для оцінки ефективності не зовсім підходять звичайні критерії результативності, адже при роботі з Інтернет-ресурсами важливішим є кінцевий якісний результат, навіть якщо на шляху до нього витрачено багато часу й зусиль (особливо це стосується створення аналітичних матеріалів, журналістських розслідувань тощо). Але з іншого боку, існують дві категорії тележурналістів – новинкарі й публіцисти, по відношенню до яких слід застосовувати різні критерії оцінки ефективності, причому, зазвичай протилежні. Так, в оцінці користувацьких здібностей репортерів основним критерієм має бути оперативність і вміння знайти найсвіжішу інформацію, в оцінці ж публіцистів (аналітиків) – вміння здійснювати селекцію основних подій за певний проміжок часу й різнобічно аналізувати їх.

Відтак, при оцінці ефективності використання Інтернету тележурналістами найбільш достовірний результат отримаємо, застосувавши *інтегральні критерії*, тобто такі, що оцінюють декілька параметрів, причому серед цих параметрів є як кількісні, так і якісні. Такими критеріями вважаємо:

1) уміння користуватися комп'ютером, основними професійними програмами та Інтернет-навігаторами;

2) знання структури та принципів функціонування Інтернету (порталів, основних новинарних джерел), уміння знайти найкоротший шлях до необхідної інформації;

3) уміння оцінити достовірність інформації, володіння методами її перевірки, визначення авторитетності джерела, знання механізмів появи в Інтернеті фальшивих даних (існування «сайтів-пасток»), уміння їх відрізнити;

4) навички аналітичного узагальнення повідомлень, отриманих з Інтернету;

5) вміння використовувати таку унікальну особливість мережі Інтернет як інтерактивність для підтримки постійного зв'язку з телеглядачем.

Це ідеальні параметри, яким сьогодні мав би відповідати рівень користувацької компетентності сучасного тележурналіста. Утім, неодноразово проведені серед журналістів соціологічні дослідження [1] засвідчують, що більшість з них хоча й звертаються до ресурсів мережі Інтернет у своїй роботі, при цьому не настільки користувацьки досвідчені, щоб використовувати мережу для контекстного пошуку професійно необхідної інформації. Майже 50% газетних журналістів зазначили, що їх навчали принципам роботи в Інтернеті, але лише 30% радіожурналістів і менше 12% журнальних авторів пройшли подібні тренування. З іншого боку, використовувати значну частину взятих з Інтернету матеріалів, як зазначає майже половина опитуваних, їм заважає неможливість підтвердити достовірність цих матеріалів з інших незалежних джерел.

Отже, журналісти стикаються з різного роду користувацькими труднощами, які можна умовно розділити на суб'єктивні (першого рівня) та об'єктивні (другого рівня). До суб'єктивних відносимо низьку інформаційну компетентність, невміння працювати з ресурсами Інтернету на користувацькому рівні (особливо з ними стикаються журналісти-початківці). До об'єктивних – проблеми більш глибокого рівня, а саме: пошуку релевантних даних, їх диференціації, аналізу, оцінки, ідентифікації першоджерела, перевірки на достовірність. Дослідження зазначених проблем, причиново-наслідкових зв'язків їх виникнення в контексті нашої роботи є принциповим для подальшого визначення шляхів ефективного використання ЕД Інтернету в тележурналістиці.

Для створення типології Інтернет-ЗМІ з традиційних критеріїв актуальними залишаються такі характеристики, як: 1) широта відображення дійсності; 2) соціальне призначення (або читацька адреса).

Багато авторів, серед яких М. Лукіна, А. Носик, Т. Ярошенко, Л. Коханова [3; 5; 7; 8], пропонують підхід, згідно з яким Web-видання розглядаються з погляду їх походження або першоджерела (існує чи ні традиційне материнське видання). За цим принципом мережеві ЗМІ поділяють на три групи:

Паралельні або еквівалентні копії – електронні версії традиційних ЗМІ (або клони немережевих видань). Це газета чи журнал, що, окрім друкованого оригінала, мають також офіційний сайт в Інтернеті. Нині це найпоширеніша група мережевих ЗМІ, подана в Інтернет-каталогах, і, за прогнозами спеціалістів, згодом за своєю кількістю вони наблизяться до зареєстрованих традиційних ЗМІ [8].

Паралельні Інтернет-видання копіюють структуру, набір рубрик та текстовий формат першоджерела, являючи собою пряму реплікацію друкованих [3; 4], збір та викладення новин здійснюється за старими офлайн-принципами. Web-версія не має окремого штату журналістів. Перевага такого ЗМІ: завдяки Інтернету провінційна газета з незначним тиражем може стати глобальною; діаспорі за кордоном стають доступними новини з колишньої батьківщини [9]; інколи в онлайн-версії може подаватися ексклюзивна інформація, здобута кореспондентами основного видання.

Не рідко паралельне видання програє іншим Інтернет-ЗМІ за оперативністю, оскільки, як правило, інформація з'являється на сайті одночасно з її поданням у виданні-першоджерелі або навіть з деяким запізненням, що є принциповою позицією редакцій у прагненні обійти конкурентів по ефіру [2].

Модифіковані або інтегровані копії традиційних ЗМІ (змішані видання). Засоби масової інформації видаються у двох варіантах – традиційному та електронному, але не копіюють один одного, а доповнюють. Онлайн-версії проводять власну інформаційну політику, мають відмінну від традиційної версії схему мовлення та формат.

Невдалий варіант змішаного видання – коли воно є анотовано-реферативною версією офлайнового видання, начебто створену для полегшення пошуку опублікованих матеріалів за допомогою Інтернету (тоді перевагою такого видання є лише архівний пошук).

Переваги більшості модифікованих копій: 1) матеріали онлайн-версії адаптуються для сприйняття на екрані комп'ютера (виключаються довгі тексти газетно-журнального типу); 2) заголовки статей та новинарних повідомлень стислі й привабливі; 3) анонсуються майбутні випуски; 4) над Інтернет-версією в редакції працює окремий штат співробітників; 5) пропонуються посилання на інші Інтернет-ресурси, що розширює інформаційне поле (читач може порівняти позиції різних видань); 6) зрозуміла та зручна система навігації в архіві [2].

Інформагенції в сегменті Інтернет-ЗМІ існують двох типів: онлайніві агенції новин та «стрічки» традиційних інформаційних агенцій.

Доступ до інформації авторизований, передплата дорога й доступна високотиражним щоденним виданням (вільний доступ на сайті існує лише до заголовків новин). Проте, як свідчить практика, платний доступ до суспільно-політичної інформації не виправдовує себе: подібне обмеження значно знижує користувацьку зацікавленість Web-сайтом агенції, що, зрозуміло, позначається на відвідуваності та, як наслідок, на можливостях рекламної комерції [1]. Під тиском інформаційного ринку політика агенцій зазнає змін.

На наш погляд, логічніше розрізняти Web-сайти телекомпаній і телевізійних програм в Інтернеті за принципом подання інформації (тобто чи реалізують вони власне телемовну функцію) і поділяти їх на «інформаційні» та «мовленнєві».

Профільні інформаційні ресурси для тележурналістів: змістовний підхід. Найуживаніші в роботі тележурналістів ресурси організовані у формі офіційних інформаційних сайтів, якими в Інтернеті представлені *електронні ЗМІ* (електронна преса, інформаційні агенції, сайти телеканалів та окремих програм, інтегратори новин), *державні та місцеві органи влади, провідні ВЗО, громадські організації, провідні бібліотеки періодики, онлайнові енциклопедії, інформаційні центри та служби різного профілю*, що в сукупності складають категорію профільних інформаційних ресурсів для тележурналістів, оскільки є носіями поточної і ретроспективної професійної інформації. Саме за допомогою цих профільних Інтернет-ресурсів телевізійники вирішують такі завдання:

1. *Пошук новин* (переважно в сегменті ЗМІ).
2. *Пошук довідкової інформації* (перевірка імен, фактів, пошук людей, уточнення адрес) можливий за досить широким спектром ресурсів.
3. *Підготовку аналітичних оглядів і проблемних репортажів, проведення журналістських розслідувань.*
4. *Відстеження діяльності та рішень, що приймаються й виконуються органами державної влади.*
5. *Викриття вигадок* (чуток, пліток, брехні).

Отже, вирішенню професійних завдань у тележурналістиці сприяє використання значної кількості інформаційних ресурсів мережі Інтернет. Серед них електронні ЗМІ є найуживанішим різновидом джерел, оскільки передусім задовольняють професійні потреби тележурналістів в оперативній новинарній інформації. Окрім того, саме електронні ЗМІ,

будучи в Інтернеті злиттям трьох традиційних типів медіа: преси, радіо й телебачення, несуть у собі всі ознаки мультимедійності, а отже, є потужним джерелом зображальної інформації, що є найважливішою в телевізійній журналістиці.

Отже, за останні декілька років у глобальній інформаційній мережі Інтернет сформувався потужний сегмент Інтернет-ЗМІ, які певним чином відображені в каталогах та пошукових системах Інтернету. Для ефективного здійснення професійної діяльності тележурналіста не останнє значення має можливість зорієнтуватися в розмаїтті електронних мас-медіа за допомогою пошукових механізмів. Вивчення принципів, за якими ЗМІ систематизовані й відображені в пошукових системах і каталогах Інтернету, показує: 1) наскільки коректно даний сегмент представлено в мережі з точки зору впорядкування інформації; 2) наскільки зручним є доступ до електронних ЗМІ для користувачів мережі; 3) яких недоліків слід уникнути мережевим фахівцям у подальшому проектуванні та вдосконаленні пошукових інструментів, враховуючи специфіку сегмента ЗМІ в Інтернет.

Список використаних джерел

1. Борцов А.С. Анализ противоречий определенных термина «документ» в ДСТУ [Электронный ресурс] / А.С. Борцов, Е.Н. Бут, А.А. Романов // Открытые информационные и компьютерные интегрированные технологии: Сб. науч. тр. / Нац. аэрокосм. ун-т им. Н.Е. Жуковского «ХАИ». Х., 2003. Вып. 18. Режим доступа: <http://www.netdocs.webby.com/doc/bbr.htm>.
2. Гиляревский Р.С. Научная библиотека в эпоху электронных коммуникаций / Гиляревский Р.С. // Науч. и техн. б-ки. 1998. № 7. С. 3-12.
3. Иванов В.Ф., Мелешенко О.К., Різун В.В. Основы комп'ютерної журналістики. К. : ВПОЛ, 1995. 242 с.

4. Иванов В.Ф., Мелешенко О.К. Сучасні комп'ютерні технології і засоби масової інформації: аспекти застосування. К. : ІЗМН, 1998. 180 с.
5. Колесникова М.М. К вопросу о типах сетевых СМИ // Журналистика в 2000 году: реалии и прогнозы развития: Тез. Междунар. науч.-практ. конф., 30 янв. – 3 февр. 2001 г.: В 9 ч. М., 2001. Ч. 9. С. 5-6.
6. Кушнарченко Н.Н. Документоведение: Учеб. 3-е изд., стер. К. : Знання, 2001. 460 с.
7. Лаврентьева Е.В., Накорякова К.М. Электронная журналистика. Редакционная обработка журналистских материалов. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1991.
8. Лукина М.М. СМИ в домене Ру: хроника, цифры и типы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. М., 2001. № 6. С. 63-73.
9. Сунтюренко О.В. Электронные информационные ресурсы: новые технологии и приложения // Электрон. б-ки. 2001. Т. 4, вып. 1. Режим доступа: <http://www.iis.ru/el-bib/2001/200101/sunturenko/sunturenko.ru.html>.

Одил Шарипов,

Ҳаёт Исмойилов

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ СИНТАКСИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В этой статье рассказывается о универсальных синтаксических алгоритмах которые используются при работе компиляторах языках программирования. А так же два конкретных алгоритма: алгоритм Эрли и алгоритм Кока-Янгера-Касами.

Ключевые слова: метод, синтаксический анализ, алгоритм, язык программирования.

This article tells about universal syntactic algorithms that are used when working with compilers programming languages. As well as two specific algorithms: Earley algorithm and Coca-Younger-Kasami algorithm.

Keywords: method, syntactic analysis, algorithm, programming language.

Кроме переборных алгоритмов, выполняющих синтаксический анализ методом «грубой силы» и имеющих экспоненциальную сложность, существуют более эффективные общие (универсальные) алгоритмы, применяемые ко всем КС-грамматикам. Среди КС-грамматик существуют двусмысленные грамматики, т.е. такие, когда одна и та же цепочка терминальных символов может быть порождена несколькими разными способами, приводящими к различным структурам (деревьям вывода) исходной цепочки. Именно это неоднозначность синтаксической структуры предложений является причиной двусмысленности в КС-языках. Универсальные алгоритмы синтаксического анализа должны для любой данной контекстно-свободной грамматики G и входной цепочки α восстанавливать все возможные выводы цепочки α в G . Именно этим объясняется сложность универсальных алгоритмов.

Универсальные алгоритмы синтаксического анализа также делятся на два класса: нисходящие и восходящие. Здесь мы рассмотрим два очень элегантных общих алгоритма анализа КС-языков: нисходящий – алгоритм Эрли, и восходящий – алгоритм Кока – Янгера – Касами (Cocke-Yonger-Kasami или СΥК-алгоритм). Оба эти алгоритма сложность $O(n^3)$.

Алгоритм Эрли

Алгоритм Эрли является классическим нисходящим алгоритмом синтаксического анализа, который может быть применен ко всем КС-грамматикам, в том числе и двусмысленным. Этот алгоритм является одним из самых эффективных общих алгоритмов.

Алгоритм Эрли пытается построить все возможные нетерминалы из подстрок входной строки. Читая входную строку символ за символом, алгоритм для каждой позиции во входной строке формирует список всех тех частично завершенных правил грамматики, из которых прочтенный префикс входной цепочки и его части могут быть выведены, и после чтения очередного символа этот список модифицируется на основе полученной информации.

Входная цепочка $a_1 \dots a_n$ читается слева направо. Для каждого входного символа a_i строится множество ситуаций M_i , определяющий состояние распознавателя после анализа этого символа. Каждая ситуация алгоритма Эрли – это:

1. Помеченное правило грамматики $P_r \in R$, согласно которому в данный момент считывается сегмент входной цепочки, выводящийся в соответствии с правилами с правилами P_r .

2. Место в правиле P_r , показывающее, какая доля правой части этого правила уже распознана (так же, как и в LR-грамматиках, это место отмечается меткой ‘•’).

3. Указатель позиции во входной цепочке, после которой начался поиск возможности применения этого правила.

Для простоты будем считать, что исходная грамматика с начальным символом S_0 дополнена правилом $S' \rightarrow \#S\#$, где S' –новый нетерминал, а $\#$ – дополнительные ‘скобки’, в которые будет помещаться каждая терминальная строка, порождаемая исходной грамматикой. Тогда начальное множество ситуаций (т.е. множество M_0 до анализа первого входного символа) будет содержать единственную ситуацию $\langle S' \rightarrow \bullet \#S\#; 0 \rangle$. Метка ‘ \bullet ’ стоит перед началом единственной правой части, которой может быть заменен символом S' , а указатель равен 0: именно после 0-го символа начинается подцепочка (в данном случае вся цепочка), для которой мы ищем по правилу $S' \rightarrow \#S\#$. Множество ситуаций изменяется следующими операторами:

- Предсказатель. Если в множестве ситуаций M_i есть ситуация $\langle A \rightarrow \alpha \bullet B\beta; q \rangle$, то предсказатель добавляет в M_i ситуации $\langle B \rightarrow \bullet \gamma; i \rangle$ для всех правил $B \rightarrow \gamma$ грамматики, имеющих B в левой части. Смысл такого добавления в том, что после символа a_i входной цепочки, начиная с a_{i+1} распознаватель ищет (любую) подцепочку, которую можно вывести из B . Назовем ситуацию $\langle A \rightarrow \alpha \bullet B\beta; q \rangle$ родительский, а ситуацию $\langle B \rightarrow \bullet \gamma; i \rangle$ порожденной.

- Считыватель. Если в множестве ситуаций M_i есть ситуация $\langle A \rightarrow \alpha \bullet b\beta; q \rangle$ и если b – это очередной терминал a_{i+1} входной цепочки, то в следующее множество ситуаций M_{i+1} считыватель добавляет ситуацию $\langle A \rightarrow \alpha b \bullet \beta; q \rangle$.

- Завершатель. Этот оператор применяется к любой ситуации вида $\langle A \rightarrow \alpha \bullet; q \rangle$ в множестве M_i . Завершение правила показывает, что оно успешно применено, и из нетерминала A , начиная с шага q , выведена цепочка, совпадающая с подцепочкой $a_q a_{q+1} a_{q+2} \dots a_i$ в соответствии с

правилом $A \rightarrow \alpha$, т.е. формально, $A \Rightarrow \alpha \Rightarrow *a_q a_{q+1} \dots a_i$. Поэтому в множестве ситуаций M_q завершатель ищет ситуацию $\langle A \rightarrow \bullet \alpha; q \rangle$, и для каждой ситуации $\langle B \rightarrow \gamma \bullet A \mu; s \rangle$, которая является родительской для $\langle A \rightarrow \bullet \alpha; q \rangle$ в M_i он добавляет новую ситуацию $\langle B \rightarrow \gamma A \bullet \mu; s \rangle$. Это свидетельство того, что во входной цепочке подростка $a_s a_{s+1} \dots a_i$ может быть выведена из начальной части правила для нетерминала B , а именно $B \Rightarrow \gamma A \mu \Rightarrow * a_s a_{s+1} \dots a_i \mu$.

С каждым множеством ситуаций M_i все три оператора работает до тех пор, пока в M_i и M_{i+1} не могут появиться новые ситуации. Очевидно, что входная цепочка будет распознана (т.е. она является цепочка языка, порождаемой данной грамматикой), если в заключительном множестве ситуаций (после последнего символа входной строки) встретится ситуация вида $\langle S' \rightarrow \# S \# \bullet; 0 \rangle$.

Алгоритм Кока-Янгера-Касами

Алгоритм Кока-Янгера-Касами строит снизу вверх все возможные выводы сначала для всех подросток входной строки длиной 1, затем – длиной 2 и т.д. до-тех пор, пока не будет проанализирована вся строка. Основная идея алгоритма состоит в том что, результаты синтаксического анализа более коротких подстрок, полученные на предыдущих шагах, используются для определения тех правил грамматики, которые могут быть использованы для порождения более длинных строк. КС-грамматика в этом методе должна быть приведена в нормальную форму Хомского (т.е. к виду правил $A \rightarrow BC$ или $A \rightarrow \alpha$), что позволяет анализировать разбиение любой подстроки входной строки длиной >1 на две части, синтаксический анализ каждой из которых уже произведен на предыдущих шагах и запомнен в таблице.

Это универсальный алгоритм для всех КС-грамматик. Алгоритм бкл независимо (с некоторыми вариациями) разработан тремя учениками:

Дж.Коком, Д.Янгером и Т.Касами. Алгоритм осуществляет восходящий синтаксический анализ. Сложность алгоритма – $O(n^3)$, используемая емкость памяти $O(n^2)$.

В процессе выполнения алгоритма строит треугольную таблицу разбора T непосредственно по анализируемой цепочке. В каждую клетку t_{ik} таблицы помещается множество нетерминалов, из которых можно вывести отрезок входной строки длиной k , начинающийся с a_i : $t_{ij} = \{A | A \Rightarrow *a_i \dots a_{i+j-1}\}$. Содержимое каждой клетки таблицы вычисляются очень просто по грамматике в нормальной форме Хомского. Действительно, $t_{i1} = \{A | A \rightarrow a_i \in R\}$, $t_{ij} = \{A | A \rightarrow BC \in R \ \& \ (\exists k: 1 \leq k \leq j): B \in t_{ik} \ \& \ C \in t_{i+k, j-k}\}$. Входная цепочка принадлежит языку, порождаемому грамматикой, если в клетке t_{1n} , встретится начальный нетерминал.

Рассмотрим алгоритм подробнее. Нижняя строка таблицы T заполняется так: в t_{i1} помещаются все нетерминалы A , для которых есть правило вывода $A \rightarrow a_i$. Пусть теперь заполнены все строки таблицы T до $j-1$ -й строки включительно. Рассмотрим клетку t_{ij} таблицы. Эта клетка соответствует фрагменту $\langle a_i \dots a_{i+j-1} \rangle$ входной строки. Разбиваем этот фрагмент всеми способами на пары соседних строк $\langle a_i \rangle$ и $\langle a_{i+1} \dots a_{i+j-1} \rangle$; $\langle a_i a_{i+1} \rangle$ и $\langle a_{i+2} \dots a_{i+j-1} \rangle$ и т.д.

Каждому варианту разбиения соответствует пара клеток таблицы, в которых стоят нетерминалы, и которых могут быть выведены соответствующие строки. Пусть эта пара клеток – (t', t'') . В рассматриваемую клетку t_{ij} помещаем нетерминал A , если среди правил грамматики есть правило $A \rightarrow BC$, и нетерминал B входит в клетку t' , а C входит в клетку t'' .

Рассмотрим, например, клетку t_{34} на следующем рисунке. В нее должны быть помещены нетерминалы, из которых выводится фрагмент входной строки, начинающийся с a_3 , длина фрагмента – четыре символа,

т.е. это цепочка $a_3a_4a_5a_6$. Этот фрагмент тремя способами можно разбить на пары непустых соседних фрагментов: (1) a_3 и $a_4a_5a_6$; (2) a_3a_4 и a_5a_6 ; (3) $a_3a_4a_5$ и a_6 . Этим трем парам фрагментов соответствуют пары клеток, в которых могут стоять нетерминалы, из которых эти фрагменты выводятся: (1) для пары цепочек a_3 и $a_4a_5a_6$ это t_{31} и t_{43} ; (2) для пары a_3a_4 и a_5a_6 это t_{32} и t_{52} ; (3) для пары $a_3a_4a_5$ и a_6 это t_{33} и t_{61} . Если в первой клетке из пары есть нетерминал B , во второй – C , а среди правил грамматики найдется правило $A \rightarrow BC$, то нетерминал A помещается в клетку t_{34} .

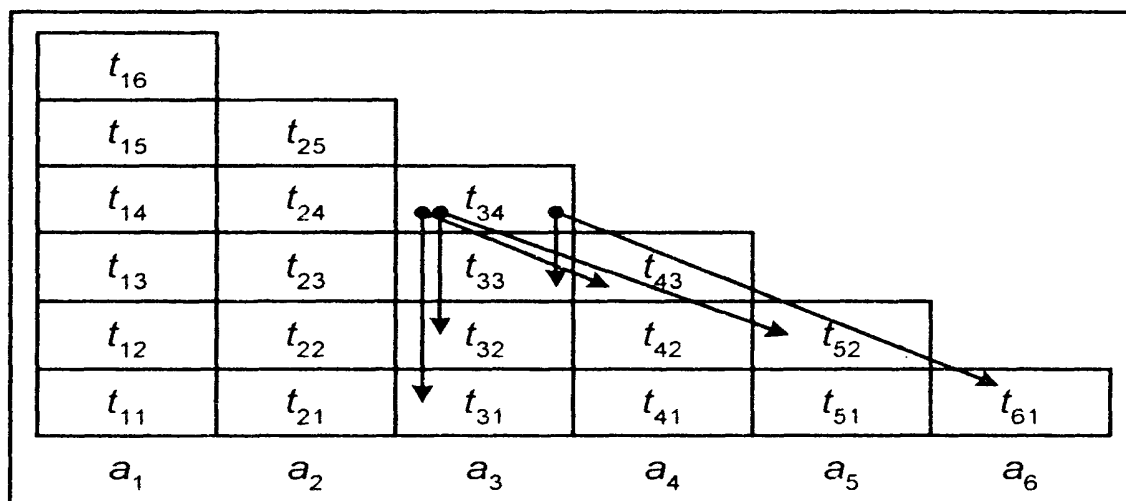


Таблица разбора для алгоритма Кока-Янгера-Касами для цепочки из шести символов.

Список использованных источников

1. Ахо А., Ульман Дж. Теория синтаксического анализа, перевода и компиляции. Том1. М. : Издательство «Мир», 1978. 308 с.
2. Ахо А., Ульман Дж. Теория синтаксического анализа, перевода и компиляции. Том2. М. : Издательство «Мир», 1978. 243 с.
3. Карпов Ю.Г. Основы построения трансляторов. БХВ. 2005. 271 с.
4. Молчанов А.Ю. Системное программное обеспечение. Питер., 2005. 288 с.

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ТЕХНІКО-ОРІЄНТОВАНОМУ СВІТІ

Євген Кочанжі,

Анна Петрусьова,

Олена Шевченко,

Одеського національного політехнічного університету

Одеса, Україна

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ОСНОВА ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ

У статті розглянуто питання інтеграції дистанційного навчання у закладах вищої освіти України, основні властивості та переваги дистанційного навчання, охарактеризовано основні аспекти функціонування дистанційного навчання на основі соціальної мережі ReTeach.

Ключові слова: дистанційне навчання, соціальні мережі, інтернет-технології, інтернет-простір.

В статті розглянуто питання інтеграції дистанційного навчання в вищих навчальних закладах України, основні властивості та переваги дистанційного навчання, охарактеризовано основні аспекти функціонування дистанційного навчання на основі соціальної мережі ReTeach.

Ключевые слова: дистанционное обучение, социальные сети, интернет-технологии, интернет-пространство.

The article considers the issue of integration of distance learning in higher educational institutions of Ukraine, the main properties and advantages of distance education. The main aspects of the functioning of distance education on the basis of the ReTeach social network are characterized.

Keywords: distance learning, social networks, Internet technologies, Internet space.

Сучасний стан освіти в Україні характеризується активним переходом від традиційного навчання до навчання, що базується на комп'ютерних технологіях (дистанційного навчання) та створенням умов

для даного процесу. Цьому сприяють інформатизація та глобалізація, що впливають на створення в Українській державі власного інформаційного простору.

Протягом останніх двадцяти років питання дистанційного навчання глибоко досліджується зарубіжними (М. Сімонсон, Г. Берг, Т. Андерсон, Р. Деллінг) та вітчизняними науковцями (В. Биков, О. Бітченко, В. Кухаренко, В. Вишнівський, В. Олійник), у працях яких викладені науково-методичні основи, педагогічні та технічні аспекти даного виду навчання. У дослідженнях науковців простежується спільна ідея щодо інноваційного характеру дистанційного навчання та необхідність розвитку освіти у даному напрямку. Так, В. Вишнівський аргументує: «...дистанційне навчання дає змогу впроваджувати інтерактивні технології викладання матеріалу, здобувати повноцінну вищу освіту або підвищувати кваліфікацію і має такі переваги, як гнучкість, актуальність, зручність, модульність, економічна ефективність, інтерактивність, відсутність географічних кордонів для здобуття освіти» [3, 6]. Продовжує зазначену позицію В. Олійник, вказуючи на те, що «...ця форма навчання в нинішніх умовах може відіграти немалу роль каталізатора процесу реформування системи підвищення кваліфікації» [5, 7].

Мета дослідження – охарактеризувати дистанційне навчання на основі сучасних інтернет-технологій.

Завдання: розглянути властивості та переваги дистанційного навчання, окреслити основні особливості нової соціальної мережі для впровадження на її основі дистанційного навчання.

Зважаючи на широкий інтерес у науковому просторі до питання дистанційного навчання, необхідно відзначити велике різноманіття визначень даного терміну. Так, В. Биков визначає дистанційне навчання як «форму організації і реалізації навчально-виховного процесу, за якою його

учасники (об'єкт і суб'єкт навчання) здійснюють навчальну взаємодію принципово й переважно екстериторіально (на відстані, яка не передбачає безпосередню навчальну взаємодію учасників віч-на-віч, коли учасники територіально перебувають за межами можливої безпосередньої навчальної взаємодії і коли у процесі навчання їх особиста присутність у певних навчальних приміщеннях навчального закладу не є обов'язковою)» [2, 191]. Вчений В. Кухаренко визначає дистанційне навчання як «... форму здобуття освіти, поряд з очною та заочною, при якій в освітньому процесі використовуються кращі традиційні та інноваційні засоби, а також форми навчання, що ґрунтуються на комп'ютерних і телекомунікаційних технологіях» [4, 20].

Необхідно відмітити, що дистанційне навчання має характерні властивості, що відображують його переваги, серед яких:

- гнучкість і адаптивність – навчання за індивідуальним графіком та визначеним темпом;
- модульність – цілісне уявлення про певну предметну галузь створює кожний окремий навчальний курс;
- економічна ефективність – використання меншої кількості витрат у порівнянні з традиційними формами навчання;
- модернізація ролі викладача – викладач координує процес навчання, коригує навчальні плани, надає консультації та ін.[1, 82-83]

Отже, дистанційне навчання надає більше можливостей для індивідуалізації процесу набуття знань для кожного студента.

Враховуючи тенденції модернізації освітньої системи України, можна зазначити, що нині в Україні нараховується вже 17 закладів вищої освіти, що надають можливості дистанційного навчання, серед яких: Київський університет права, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, Полтавський університет економіки і торгівлі,

Тернопільський державний медичний університет ім. І.Я. Горбачевського та ін. [6].

Нині спостерігається тенденція активного впровадження соціальних мереж у повсякденне життя суспільства, у тому числі для реалізації процесу навчання. Так, нині такі мережі як Facebook, Twitter, Instagram і інші можуть бути застосованими в освітній комунікації, проте важливим питанням є необхідність створення власного інтернет-продукту для вітчизняних користувачів. До розгляду ми пропонуємо соціальну мережу ReTeach.

При створенні соціальної мережі ресурс повинен пройти через такі етапи:

- формування доменного ім'я;
- вибір способу хостингу;
- формування контенту;
- залучення аудиторії;
- збір інформації;
- функціонування.

Кожний етап надає декілька способів досягнення кінцевої мети (декілька варіантів створення доменного ім'я; методи хостингу: безкоштовний хостинг, виділений сервер, віртуальний сервер, віртуальний виділений сервер; залучення аудиторії, тестування тощо), що впливає на варіативність розвитку ресурсу.

Основне призначення соціальної мережі ReTeach – забезпечення оперативного обміну навчальною інформацією, тому всі розділи даного інтернет-продукту сприяють досягненню вказаної мети. Так, існує три розділи: загальні розділи, розділи для студентів та для викладачів. У

мережі існує індивідуалізований підхід до користувачів, що обмежує або розширює їх можливості в залежності від ролі «студент» або «викладач».

Основні функціональні підрозділи ReTeach:

1) сторінка профілю – загальний підрозділ, який включає: фотографію користувача, ім'я, основну інформацію (дата народження, місто, освітній заклад, номер телефону, електронна пошта), знайомих, спільноти, фото-, аудіо-, відеоматеріали та опубліковані записи;

2) новини – загальний підрозділ, що містить інформацію про оновлення у друзів та спільнот;

3) повідомлення – загальний підрозділ, що містить як особисті, так і групові чати;

4) люди – перелік людей, з якими взаємодіє користувач, а також можливість групування їх;

5) спільноти – загальний підрозділ, що відображає спільноти, на які підписаний користувач;

6) фотографії – підрозділ, що містить фотографії із можливістю їх групування;

7) відео – підрозділ, що містить відеозаписи із можливістю їх групування;

8) документи – містить збережені та завантажені документи із можливістю їх групування та обмеження доступу;

9) бібліотека – підрозділ, що виконує функцію інформаційного забезпечення навчання.

Усі функціональні можливості соціальної мережі ReTeach створені із врахуванням особливостей дистанційного навчання. Отже, цей інтернет-ресурс є каналом, за допомогою якого здійснюється навчальна комунікація між студентом та викладачем, відкриваються перспективи підвищення ефективності засвоєння матеріалів та зростання фахової підготовки

студентів, що навчаються дистанційно із використанням телекомунікаційних засобів.

Підсумовуючи викладене зазначимо, що нині є актуальним впровадження дистанційного навчання в закладах вищої освіти України, оскільки дистанційне навчання виникло у відповідь на якісні зміни у сфері освіти з метою підвищення якісного рівня підготовки фахівців, підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Дистанційне навчання на основі соціальної мережі ReTeach характеризується комфортними умовами для продуктивної навчальної комунікації, використанням класичних функціональних можливостей всесвітньо відомих соціальних мереж (Facebook, Twitter, Instagram), адаптованих до вимог вітчизняних користувачів.

Список використаних джерел

1. Биков В. Ю. Дистанційна освіта: актуальність, особливості і принципи побудови, шляхи розвитку та сфера застосування. *Інформаційне забезпечення навчально-виховного процесу: інноваційні засоби і технології*: колективна монографія. Київ: Атіка, 2005. С. 77-92.
2. Биков В. Ю. Дистанційне навчання. *Енциклопедія освіти України* / ред. В.Г.Кремень. Київ: Юрінком Інтер, 2008. С. 191 – 193.
3. Вишнівський В.В., Гніденко М. П., Гайдур Г.І., Ільїн О.О. Організація дистанційного навчання. Створення електронних навчальних курсів та електронних тестів: навч. посіб. Київ : ДУТ, 2014. 140 с.
4. Кухаренко В.М., Рибалко О.В., Сиротенко Н.Г. Дистанційне навчання та умови застосування. Харків, 2002. 320 с.
5. Олійник В.В. Відкрита післядипломна педагогічна освіта і дистанційне навчання в запитаннях і відповідях: наук.-метод. посіб. Київ : «А.С.К», 2013. 312 с.

6. Abiturients.info: довідник навчальних закладів.
URL:<https://abiturients.info/uk> (дата звернення: 25.02.2019).

Інна Кіпер

Одеський національний політехнічний університет,

Одеса, Україна

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розглянуто особливості захисту інформації на підприємстві. Визначено інформаційну безпеку як складову інформаційного забезпечення підприємства. Обґрунтовано важливість проведення аналітичної роботи щодо захисту інформації на підприємстві в умовах сьогодення.

Ключові слова: захист інформації, інформаційні технології, інформаційні загрози, аналітична робота.

Рассмотрены особенности защиты информации на предприятии. Определена информационная безопасность как составляющая информационного обеспечения предприятия. Обоснована важность проведения аналитической работы по защите информации на предприятии в условиях современности.

Ключевые слова: защита информации, информационные технологии, информационные угрозы, аналитическая работа.

The peculiarities of information protection at the enterprise are considered. Information security is defined as a component of information support of the enterprise. The importance of conducting analytical work on information security at the enterprise in the present conditions is substantiated.

Key words: information protection, information technologies, information threats, analytical work.

У сучасних умовах входження України у світовий інформаційний простір швидкими темпами впроваджуються новітні досягнення комп'ютерних і телекомунікаційних технологій. У зв'язку з цим перед сучасним приватним підприємством набувають важливості питання забезпечення інформаційної безпеки. Доступність інформації та інформаційних систем, їх цілісність і конфіденційність відіграють особливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, відповідності правовим нормам і стандартам. Аби інформація обмеженого доступу не використовувалася компаніями-конкурентами, шахраями,

завдаючи цим збиток власнику інформації, необхідно проводити один з основних видів діяльності для забезпечення інформаційної безпеки будь-якого підприємства – аналітичну роботу щодо захисту інформації.

Та все ж сьогодні не всі керівники приділяють значну увагу організації на їхньому підприємстві системи захисту комерційної таємниці. Чимало з них не знають, як зберегти ті чи інші відомості, з вигодою реалізувати їх та не зазнати збитків від їх втрати.

Гарантувати досягнення максимальної ефективності захисту інформації може тільки комплексна система, до якої входить оснащення підприємства технічними засобами захисту та використання організаційно-правових методів.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню інформаційної безпеки присвячені роботи В.В. Баранника, В.М. Богуна, С.В. Віхорева, Т. М. Іванюти, Ю.І. Грицюка, О.В. Сєверінова, Г.Ф. Конаховича, В. В. Василюка, О.К. Юдіна та ін.

Аналізуючи наукові публікації, можемо запевнити, що у процесі створення та експлуатування систем захисту інформації трапляються помилки й недоречності, які суттєво знижують ефективність їх функціонування. Крім того, недостатньо дослідженою залишилась проблема організації захисту інформації на підприємстві [1, 46].

О.В. Сєверінов стверджує, що окремого обґрунтування вимагає розроблення політики інформаційної безпеки, яка визначає стратегію і тактику системи захисту інформації підприємств і враховує динаміку процесів зміни типів і рівня загроз інформації, що є одним з активних і значущих ресурсів сучасного бізнес-середовища [3, 251].

Т. М. Іванюта наголошує на тому, що інформаційна безпека є складовою інформаційного забезпечення. Нажаль, на більшості підприємств на сьогодні підрозділ інформаційної безпеки відірваний від

реалій бізнесу та прив'язаний суто до інформаційних технологій. Враховуючи структуру інформаційного забезпечення (що має складатись з економічної розвідки, інформаційної безпеки та аналітично-консультативного забезпечення), система інформаційної безпеки включає: перевірку достовірності інформації; визначення важливості та рівня секретності інформації; надання допуску та доступу до інформації; захист інформації (комерційної таємниці) [2, 90].

Основою ефективного захисту інформації є аналітична робота, яка повинна включати елементи прогнозування можливих загроз. Наявність постійної аналітичної роботи, її характер і результати визначають необхідність, основи організації, структуру та зміст системи комплексного захисту інформації, вимоги до її ефективності та напрямки її розвитку і вдосконалення. Ефективність аналітичної роботи та її результати є основою для прийняття керівництвом підприємства управлінських рішень з питань організації захисту інформації.

Отже, проведення аналітичної роботи в галузі захисту інформації дозволяє оцінити або переоцінити рівень поточного стану інформаційної безпеки підприємства, виробити рекомендації щодо забезпечення (підвищення рівня) інформаційної безпеки підприємства, знизити потенційні втрати підприємства чи організації через підвищення стійкості функціонування корпоративної мережі, розробити концепцію та політику безпеки підприємства, а також запропонувати плани захисту конфіденційної інформації підприємства, що передається по відкритих каналах зв'язку, захисту інформації підприємства від навмисного спотворення (руйнування), несанкціонованого доступу до неї, її копіювання чи використання.

Список використаних джерел

1. Василюк В. В. Система захисту інформації приватного підприємства. Організація служби захисту інформації приватного підприємства // Прав., нормат. та метрол. забезп. системи захисту інформації в Україні. 2007. Вип. 1. С. 45-51.

2. Іванюта, Т. М., Мочалюк В. В. Інформаційна безпека підприємства: аналіз і класифікація впливів на автоматизовані інформаційні системи // Наукові праці. К. : НУХТ, 2007. № 23. С. 89-91.

3. Сєверінов О.В., Черниш В.І., Молчанова М.Є. Управління інформаційною безпекою згідно міжнародних стандартів // Системи управління, навігації та зв'язку. К.: ЦНДІ НіУ, 2011. Вип. 4. С. 250–253.

Вадим Шарапанівський

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

Розглядаються основні питання документно-інформаційного забезпечення підприємств машинобудівної галузі.

Ключові слова: документальне забезпечення, підприємство, машинобудівна галузь, експлуатаційна документація.

Рассматриваются основные вопросы документно-информационного обеспечения предприятий машиностроительной отрасли.

Ключевые слова: документационное обеспечение, предприятие, машиностроительная отрасль, эксплуатационная документація.

The main issues of document and information support of the enterprises of the machine-building industry are considered.

Keywords: documentation, enterprise, machine-building industry, operational documentation.

Сучасні умови виробництва технічно складної продукції вимагають оперативного та якісного документального забезпечення. Уніфікація інформаційних процесів шляхом використання потенціалу технологій цифрового друку і обробки документації в межах промислового комплексу дозволяє вирішити завдання інформаційного забезпечення підприємства.

Щодо підприємств машинобудівної галузі, то, крім внутрішнього документообігу, слід мати на увазі супровідну документацію для продукції, що випускається. Ключові фактори, пов'язані з випуском експлуатаційної документації, це якість документа і ефективність процесу його виробництва [1, 18].

Ринкова конкуренція висуває вимоги не тільки до якості самого продукту, але і до всіх чинників, які зумовлюють його зручне для споживача використання, зокрема, експлуатаційної документації.

Відповідні моделі продукту опису, дотримання нормативів, чітко оформлені інструкції, схеми формують сприятливе уявлення про продукцію, попереджають помилки при її експлуатації.

Документація на складну високотехнологічну техніку повинна повністю відображати всі особливості даного продукту, відповідати вимогам того ринку, на якому він реалізується.

Випуск документації – це фінальний результат роботи кількох підрозділів підприємства і партнерських організацій. Свій внесок вносять конструкторське бюро, технологічний відділ, відділ технічної документації, відділ збуту, склад, друкарня основного складального виробництва і підприємств-суміжників. Від ефективності системи руху інформації залежать не тільки витрати на виробництво документації, а й виключення похибок в її змісті [3, 24].

Сучасна технологія роботи з документами передбачає створення електронного архіву, інформація в якому зберігається в необхідній структурі і оновлюється по мірі надходження нових відомостей. Електронний архів виконує роль інформаційної бази, доступ до якої можуть отримати всі задіяні підрозділи організації.

По суті підготовка і випуск експлуатаційної та супровідної документації починається з моменту надходження комплектуючих в складальний цех. Дані про модель (найменування виробу), комплектуючих, серійні номери та ін. заносяться у систему планування виробництва і разом з даними про споживача, якому буде поставлятися виготовлений виріб, надходять до відділу документації. Адміністратор відділу, відповідно до даних, що надійшли, звертається до електронного архіву і формує комплект документації для даного конкретного виробу [1, 64].

Весь комплект документації, який може представляти собою кілька документів, можливо, різного формату і вимагають різної післядрукарської обробки (зшивання дротом і фальцювання, безшовне клейове термомпереплетення і ін.), відправляється на друк і повністю виготовляється на високопродуктивній друкованій лінії. При цьому кожен комплект є унікальним, оскільки індивідуально друкується для кожного виробу і повністю відображає його параметри: модель, комплектацію, серійні номери і т.д.

Стосовно технології виготовлення експлуатаційної документації можна виділити такі основні етапи:

1. Створення документів. Спочатку документація створюється на етапі розробки виробу відповідно до прийнятих галузевих стандартів. На даному етапі доцільно об'єднати документи, що існують в електронному вигляді і документи, що надходять на паперових носіях, а також їх редагування і підготувати до подальшого друку. В результаті підготовлений документ містить не тільки растрове зображення всіх сторінок, але і повну інформацію про те, в якому вигляді він повинен бути отриманий на виході системи друку.

2. Створення електронного архіву експлуатаційної документації. Кожному елементу документації на дану модель виробу привласнюється ідентифікаційний параметр (один або кілька) відповідно до прийнятої на підприємстві кодуванням виробів. При необхідності забезпечується можливість оперативного внесення змін зі збереженням попередніх версій.

3. Пошук і обробка запитів. Під час отримання запиту на друк комплекту документації з виробом, відбувається звернення до електронного архіву. Знайдені відповідно до зазначених ідентифікаційними параметрами документи направляються на друк в кольоровому або монохромному варіанті.

У цілому для потреб виробництва сучасні технології управління документами знайшли своє застосування в процесах створення виробничої звітності, документальному супроводі технологічних процесів, виробничих і технологічних архіву), супровідної документації. У частині проектування і конструювання модернізація відбувається в роботі з САПР, конструкторською документацією, інженерними архівами. Роботи по зберіганню і відвантаженнях оптимізуються завдяки інноваційним підходам у веденні документації складського обліку і звітності, створення комплектів документів на відвантаження та документів, що забезпечують взаємодію з транспортними структурами [4, 93].

Отже, принципи роботи з документами на підприємствах переглядаються. Аргументацією на користь нових технологій є результати їх впровадження. Єдина уніфікована технологія документообігу дозволяє оптимізувати процес друку і скоротити витрати на виробництво документації, одночасно підвищивши її якість і точність інформації. При цьому професійна компанія, що спеціалізується на роботі з документами, забезпечує інтеграцію нових комплексів в наявну інфраструктуру підприємства, а довгострокове взаємовигідне партнерство вибудовує на оптимальному плані розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Гончаров В. М., Солоха Д. В., Припотень В. Ю. Організація управління ефективним розвитком промислових підприємств в умовах ринкового конкурентного середовища: монографія. Донецьк : СПД Купріянова, 2006. 206 с.
2. Державна уніфікована система документації. Основні положення: ДСТУ 3843-99. Вид. офіц. К. : Держстандарт України, 2000. 7 с.
3. Захаркін О.У. Технологічні основи машинобудування: навчально-методичний посібник. Суми: Вид-во СумДУ, 2004. 98 с.

4. Система управління качеством промислового підприємства: учеб. пособие / К. А. Брызгунов, А. Ю. Кафтанников, М. В. Лисунов, Ю. Г. Лысенко, Г. И. Шишковский; под ред. д.э.н., проф. Ю. Г. Лысенко. Донецк: Апекс, 2004. 190 с.

5. Юринець В. Є. Інформаційні системи управління персоналом, діловодства і документообігу: навч. посіб. Львів : Тріада плюс, 2008. 628 с.

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ. ЖУРНАЛІСТИКА

Анастасія Лесик

Вінницький державний педагогічний університет

імені Михайла Коцюбинського,

Вінниця, Україна

ЖУРНАЛИ-ТРЕВЕЛОГИ НА УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАРИНКУ

Проаналізовано роль тревел-журналістики в умовах українського медіаринку. Вивчено особливості текстового наповнення українських туристичних журналів. Досліджено історичні аспекти українських журналів-тревелогів.

Ключові слова: тревел-журналістика, журнал-тревелог, медіаринок, туризм.

Проанализированы роль тревел-журналистики в условиях украинского медиарынка. Изучены особенности текстового наполнения украинских туристических журналов. Исследованы исторические аспекты украинских журналов-тревелогов.

Ключевые слова: тревел-журналистика, журнал-тревелог, медиарынок, туризм.

The role of travel journalism in the conditions of the Ukrainian media market is analyzed. The features of text content of Ukrainian tourist magazines are studied. Historical aspects of Ukrainian travelers are investigated.

Keywords: travel journalism, travelers, mediamarkets, tourism.

Виникнення та функціонування журналів-тревелогів в Україні як самостійного напрямку відбувалося не послідовно. Це пояснюється політичним устроєм держави. Розподіл України на територіальні частини та її перебування під владою інших держав не міг не позначитися на подорожній періодиці. Крім того, історичний шлях розвитку тревелогів тісно пов'язаний із етапам розвитку туризму.

Серед друкованих видань тревел-журналістики виділяють декілька типів: масові видання («GEO», «National Geographic», «Карпати. Туризм, Відпочинок»); спеціалізовані («Спиннинг Travel» – для рибалок-

спінінгістів, що поєднують хобі з мандрівками, журнал про екстремальний спорт і подорожі «ЭКС»);галузеві спеціалізовані (для працівників туристичної сфери і клієнтів турфірм);бортову пресу («Меридіан» – журнал авіакомпанії «АероСвіт»)[1; 107].

Мета дослідження – визначити особливості функціонування журналів-трєвелогів на українському медіаринку.

Погортавши сторінки українських видань, основним напрямком висвітлення яких є туризм та подорожі, можна побачити, що демонструється більше відображення закордонних культур та життя інших країн. Звісно, це є цікавим для пересічного читача. Україна з її чималою кількістю туристичних місцевостей та культурних пам'яток висвітлюється найчастіше на прикінцевих сторінках. До прикладу, журнали «Міжнародний туризм» та «Мир туризма» розповсюджуються у всіх регіонах України, хоча на звичних розкладках преси знайти їх доволі складно. Також їх можна отримати в представництвах авіакомпаній, VIP-залах аеропортів, в турагенствах, посольствах.

До видання, на сторінках якого життя України та її культурні цінності майже не висвітлюються, відноситься і часопис «Мир туризма» – український глянцевиий журнал про подорожі. Гасло редакції звучить так: «Надійний гід у світі самостійних подорожей». Цими словами редакційний колектив дає розуміти, що це видання, де читач дійсно здійснює мандрівку сторінками, знайомиться з культурою закордонних країн. Видається з 1997 року (6 випусків на рік), російською мовою, є володарем численних міжнародних нагород і по праву вважається одним з найавторитетніших туристичних видань країни.

Цікавим є те, що з початку існування журнал «Мир туризма» містив путівник. У ньому в компактному варіанті подавалась інформація про певну країну. Наприклад, в одному з перших випусків мова йде про

Австралію. Для людей, які планують подорож у цей континент описується добірка національних парків, проїзд до них та інші обов'язкові пункти для мандрівників. Остання сторінка путівника призначена для матеріалу під назвою «Речі в дорогу», де мандрівник може прослідкувати чи правильно він спакував свій багаж. Зараз ця вкладка відсутня, та все ж невелика вартість часопису говорить про його доступність та популярність серед читачів. Але, переглянувши матеріали, на сторінках журналів не трапляється відомостей про Україну.

Постійний читач тревелогу – доросла самостійна людина з високим рівнем доходів. Тому на сторінках намагаються уникати історій про хостели і автостопщиків і не радитимуть тим, хто відкриває журнал, найекономніші та бюджетні варіанти. Більшість маршрутів розраховані на людину, яка подорожує на автомобілі (власному чи орендованому), зупиняється в кращих готелях і харчується в кращих ресторанах. Головний редактор наголошує, що їхній читач зможе чітко повторити описані маршрути як з меншим бюджетом (громадський транспорт, хостели, намети), так і з великим (власна яхта, персональний вертоліт, президентський номер і т.п.)

Автори в більшості своїй не є професійними копірайтерами, вони не штампують тисячі однакових безликих статей про ті місця, де вони не бували. Як правило, це просто талановиті люди, основна діяльність яких може бути далека від турбізнесу. Головна умова – щоб людина писала з душею, вміла гарно передати свої власні відчуття, власний настрій, власне сприйняття незвичайної дійсності чужих земель. А найголовніша умова – щоб автор зовсім нещодавно повернувся з тих місць, які він описує.

Сміливо описані тексти від першої особи, де автор ділиться своїми відчуттями – що захопило, що розчарувало, що було абсолютною несподіванкою зацікавлюють людей своєю емоційністю. Гумор завжди

вітається. Сарказм, негатив і вульгарність не допускаються взагалі. Таким чином формується якісний образ видання, де чітко слідкують за дотриманням редакційної концепції та актуальністю поданої інформації.

За весь час існування журналу автори та фотографи побували в 167 країнах світу, тому редакції є що розповісти та порадити читачам. Пізнавальні рубрики, у яких розповідається про культурні столиці України, презентації фотовиставок, фестивалі, історії про мандри до маловідомих цікавих місцевостей. До прикладу, в рубриці «Правила життя» до уваги читачів представлений експериментальний матеріал журналіста, рекордного мандрівника і фахівця з нових вражень В. Зоріна, його враження від поїздки до країни Східної Африки, а саме маршрут: Ефіопія – Сомаліленд – Джібуті.

У рубриці «Гурман» читачів в основному знайомлять із традиційними кухнями народів світу або оригінальною авторською кухнею одного з представників тієї чи іншої країни.

Тревел-календар надає читачам інформацію про дайджест подій на декілька місяців наперед, для того, аби мандрівник мав достатньо часу, щоб чітко спланувати свою подорож. Остання сторінка журналу призначена для фотографій читачів, які вони надсилають на електронну адресу видання.

До тревелогів, які орієнтовані на популяризацію українських туристичних місцевостей, належать глянцеви́й журнал про мандрівки та відпочинок «Міжнародний туризм». Видається українською мовою з 1992 року, періодичністю в 6 номерів на рік. На його сторінках можна прочитати про заморські дивовижі та вітчизняні цікавинки, природні та рукотворні чудеса планети, познайомить із відомими мандрівниками й митцями. Видання представляє провідні торгові марки, публікує матеріали про автоподорожі, спорт, здоров'я, товари для відпочинку та комфорту,

пропонує сотні варіантів відпочинку. Постійний учасник провідних туристичних виставок України та світу. 1998 року журнал «Міжнародний туризм» був визнаний найкращим туристичним виданням України. У лютому 2004 року та у березні 2006 року отримав гран-прі престижного журналістського конкурсу «Золоте перо» як найкраще туристичне періодичне видання України. Все це говорить про високий рівень матеріалів та професійний редакційний склад.

У рубриці «VIP-клуб», подається інформація про цікавих особистостей. Зазвичай це люди, які відомі своїми подорожами, або українці, що прожили декілька років за кордоном та на власному досвіді розповідають про всі переваги та недоліки життя за межами України.

Про те, як економно, з користю для здоров'я та кругозору провести вихідні, не виїжджаючи закордон, можна слідкувати в рубриці «Україна чудес». До прикладу, про пригоди в зимових Карпатах та переваги активного туризму діляться досвідчені інструктори з команди TURE та кемпу «Білий Слон». Надійний порадник у виборі відпочинку «Туркалейдоскоп» – постійна рубрика журналу. Вона подає стислі й місткі відомості про сотні варіантів подорожей і дублюється в інтернеті. Завдяки подібним часописам, українці по-іншому дивляться на давно знайомі туристичні центри та дізнаються досі невідомі речі про те, що знаходиться в їхньому місті.

Розвиток тревел-журналістики в Україна – така ж необхідна річ, як і розвиток культурної журналістики. Таким чином, українці пізнаватимуть не лише світ за кордоном своєї держави, а й те, що знаходиться за межами їхнього міста, по-іншому розкриє те, що раніше не привертало до себе великої уваги. Звісно, важливість розглянутої теми аргументується не лише наданням корисної інформації читачам видань. На сторінках журналів-тревелогів наявна й певна мотивація, що активізує суспільство,

сприяє поширенню культури та створення іміджу України як туристичної країни. До того ж працювати та мандрувати одночасно цікаво та пізнавально, що є одним із чинників поширення інтересу до цієї сфери серед молодих журналістів.

Список використаних джерел

1. Полежаєв Ю. Розвиток просвітницької тревел-журналістики в Україні (середина XIX – початок XX століття). *Держава та регіони. Сер. : Гуманітарні науки*. 2012. № 4. С. 106-110.

Ангеліна Трофимчук

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ ТА МІЖСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ, ЇЇ СТАНОВЛЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

У статті досліджено формування поняття «соціальна мережа» як засіб масової та міжособистісної комунікації. Описано її становлення та зазначені особливості.

Ключові слова: соціальна мережа, особистість, масова комунікація, міжособистісна комунікація.

В статье исследовано формирование понятия «социальная сеть» как средство массовой и межличностной коммуникации. Описано ее становление и указаны особенности.

Ключевые слова: социальная сеть, личность, массовая коммуникация, межличностная коммуникация.

The article investigates the formation of the concept of "social network" as a means of mass and interpersonal communication. It describes its formation and features.

Keywords: social network, personality, mass communication, interpersonal communication.

Актуальність. Інтернет є найбільш динамічнопрогресивним засобом комунікації, оскільки новітні засоби зв'язку дозволили об'єднати розрізнені комунікаційні системи у глобальну мережу, завдяки якій здійснюється транскордонний обмін інформацією у межах усієї планети. Саме інтернет є однією з ознак переходу від індустріальної стадії розвитку цивілізації до інформаційної. Сегментом Всесвітнього Простору є соціальні мережі, основна функція яких – комунікація.

Поняття «соціальна мережа» зараз використовується як інтернет-термін. Разом з тим, його перше тлумачення прозвучало на початку 30-х років 20 століття для пояснення способів спілкування і взаємодії всередині

груп. У 1954 році соціолог з Манчестерської школи Джеймс Барнс ввів термін «соціальна мережа», нею позначалася соціальна структура, що складається з груп соціальних об'єктів (людей або організацій) і зв'язків між ними. У 70-ті роки сформувався комплекс соціологічних і математичних методів досліджень, які становлять науковий фундамент сучасного аналізу соціальних мереж. В даний час спектр визначень «соціальна мережа» в контексті Інтернет-ресурсу різноманітний і трактується по-різному. Так, наприклад, А.С. Дужнікова використовує визначення: соціальними мережами в Інтернеті називають інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. Сайт є автоматизованим соціальним середовищем, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом [3].

Е.Н. Забарна, І.В. Куриленко вказують, що соціальна мережа – це інтернет-спільнота користувачів, об'єднаних за будь-якою ознакою на базі одного сайту, який і називається в цьому випадку соціальною мережею [4].

Іншими словами, соціальна мережа у всесвітній павутині будується на тих же принципах, що і в реальному світі, але відрізняється від реальних людських спільнот тим, що у функціонуванні мережі не грає ролі географічна віддаленість її учасників один від одного. Головним фактором об'єднання є їх спільність - фінансове становище, стать, приналежність до тієї чи іншої раси, національності, віросповідання, професії і так далі.

Л.А. Браславець під соціальними комп'ютерними мережами розуміє «Інтернет-сервіс, який надає користувачеві можливість створювати стандартизовану особисту веб-сторінку, встановити і формалізувати зв'язок з іншими користувачами сервісу» [2].

Узагальнюючи вищесказане, соціальна мережа - це інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, який реалізує мережеву соціальну

структуру, що складається з групи вузлів – соціальних об'єктів (групи людей, спільноти) і зв'язків між ними (соціальних взаємин), на базі якого учасники можуть встановлювати відносини один з одним. Спроби описати розвиток соціальних мереж (в контексті Інтернет-технологій) робилися неодноразово. Історичний огляд приводився в роботах В.В. Алмаєва [1], В.Г. Петрович [5] та інших.

Інтернет-комунікація — спілкування за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Комунікація за допомогою Інтернету виявляється у двох аспектах: 1) здійснення обміну інформацією між різними суб'єктами комунікації за допомогою голосу, відео, текстових повідомлень, документів, файлів та ін. (наприклад, системи інтернет-магазинів, інтернет-банкінгу тощо); 2) спілкування між комунікантами-людьми.

Мовне середовище Інтернету — це сукупність великої кількості не пов'язаних між собою сфер спілкування, що функціонують автономно, а тому мова інтернет-комунікації функціонально-стилістично неоднорідна, вирізняється великою кількістю жанрів. Характерною особливістю спілкування між комунікантами-людьми є можливість здійснювати комунікативний акт анонімно, довільно вибирати учасника для розмови, що зменшує соціально-психологічні ризики комунікації, відповідно такому спілкуванню також властива афективність, часте недотримання літературних норм, використання некодифікованих одиниць.

Мова інтернет-комунікації поповнюється новими лексемами за рахунок запозичень (зокрема з англійської мови — драйвовий, меседж), професіоналізмів та слів інших груп лексики. Запозичення нерідко використовуються в англійському написанні, транслітеруються українською абеткою. Частина лексем зафіксована словниками (файл,

ноутбук). Мова інтернет-комунікації найбільшою мірою досліджена у працях українського вченого С. Чемеркіна.

Таким чином, основними характерними рисами соціальних мереж та мікроблогів можна вважати реалізацію тенденції до розмовності, головними ознаками якої є спонтанність, неофіційність, діалогічність, ситуативна закріпленість, тенденція до стислості і експресивності і внаслідок цього – вживання мовних елементів неформального спілкування.

Можна стверджувати, що соціальна мережа як жанр інтернет-комунікації володіє певною тематикою, комунікативними цілями, стилістичними особливостями, а вираз усного мовлення за допомогою письмового виявляється на всіх рівнях структурної організації цього жанру: фонетичному, лексичному, синтаксичному морфологічному і графічному.

Соціальні мережі, де здебільшого відбувається спілкування за допомогою писемних текстів, створює новий спосіб комунікації, який за зовнішнім виглядом нагадує усний різновид розмовного стилю. Використання «знаків-символів», не властивих традиційній писемній мові, створення ефекту звукової мови, послугування певними словесними формулами тощо наближають писемний різновид комунікації до його усного варіанта, тобто спілкування за допомогою смайлів, наклейок, зображень, відео та дзвінків (відеодзвінків).

Список використаних джерел

1. Алмаева В.В. Виртуальные социальные сети как составляющая современного образовательного пространства: Сборник матер. Всерос. науч. практ. конф. «Развивающие информационные технологии в образовании: использование учебных материалов нового поколения в образовательном процессе». Томск. 2010. С. 271–275.

-
2. Браславец Л. А. Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой информации: дис. канд. филол. наук. Воронеж. 2010. 169 с.
 3. Дужникова А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования: Мониторинг общественного мнения. 2010. № 5 (99). С. 238-251.
 4. Забарная Э. Н. Социальный медиа-маркетинг (на примере системы образования): Вестник Волынского института экономики и менеджмента. 2012. №5. С.74-82.
 5. Петрович В. Г. Социально-педагогические сообщества учителей Саратовской области в Интернете: проблемы становления и функционирования: Всероссийская научно-практическая конференция «Информационные технологии в общем образовании». Саратов. 2009 . С.223-226.
 6. Стрельбіцька Л. Інтернет як полігон розвитку природної мови: Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2005. № 538. С. 33-38.

Інна Барган,

Світлана Мельник

Одеський національний політехнічний університет,

Одеса, Україна

СТАНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТОК ЖУРНАЛІСТИКИ МАНДРІВ В УКРАЇНСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕПРОСТОРИ

У статті запропоновано хронологію процесу становлення й розвитку української телевізійної тревел-журналістики як нового тематичного напрямку в системі ЗМІ і жанру телевізійної тревел-журналістики. Автори виокремлюють ключові риси кожного з трьох етапів еволюції мандрівного телебачення, а також наводять найбільш виразні приклади телепрограм, що ілюструють вказані етапи.

Ключові слова: тревел-журналістика, тележурналістика, телебачення, подорож, тревел-програма.

В статтє даєтєся хронология процесса становления и развития украинской телевизионной тревел-журналистики как нового тематического направления в системе СМИ и жанра телевизионной тревел-программы. Авторами выделяются характерные черты каждого из трех этапов эволюции путевого телевидения, а также приводятся наиболее яркие примеры телепрограмм, иллюстрирующие эти этапы.

Ключевые слова: тревел-журналистика, тележурналистика, телевидение, путешествие, тревел-программа.

In this article author gives a chronological analyses of the Ukrainian travel journalism, and a genre of travel program in particular. Evolution of television travel journalism in Ukraine is described in three stages: author depicts characteristics of each stage in evolution, and provides the most vivid examples of TV-programs to illustrate these stages.

Keywords: travel journalism, TV journalism, television, journey, travel program.

Сьогодні багато людей можуть собі дозволити відпочинок закордоном, а тому потреба в інформації про визначні місця та культурні особливості різних країн зростає. За прогнозами Всесвітньої торгової організації, у XXI столітті очікується туристичний «бум», початок якого ми спостерігаємо вже сьогодні. Число мандрівників у світі до 2020 року

зросте до 1,6 млрд. чоловік на рік [1, 146]. Така тенденція формування індустрії мандрів сприяє зростанню інтересу аудиторії до тревел-журналістики (від англ. *travel journalism* – подорожня журналістика) – відносно нового медіа-напрямку, покликаного надати інформацію про подорожі в географічному, історичному, культурному та туристичному контекстах [4].

Тревел-журналістикою як полем для серйозних наукових студій з боку теорії комунікації та інших журналістських дисциплін, за переконанням Ю. Г. Полежаєва, значною мірою нехтують [3, 131]. Окремі проблеми медійного напрямку, пов'язані з його становленням, систематизацією подорожніх видань, специфікою тревел-нарративу та актуалізацією подорожньої тематики в телевізійному ефірі розглянуто в роботах Ю. Безотосної, С. Белькової, Й. Борма, Ф. Гануша, С. Дандеса, С. Зеленюк, Т. Ковальової, С. Лучинської, А. Новікової, К. Панцерєва, І. Показаньєвої, Т. Редькіної, Т. Ростовської, Н. Рябініної, В. Соловійова, А. Тертичного, О. Юферевої та ін., проте загалом тема вивчена недостатньо.

Заглиблення в подорожню журналістику вважаємо за доцільне розпочати з вивчення її генези в українському медіа-просторі. Аналіз наукових праць з проблеми дослідження свідчить, що більшість із них мають описовий характер і оминають історію становлення й розвитку тревел-журналістики. Ті ж розвідки, які пропонують історичний коментар (праці Ф. Гануша, П. Лебедєва, Ю. Ростовської), здебільшого присвячені друкованим виданням і оминають інші засоби масової інформації. На нашу думку, означений підхід є значною прогалиною в науковій рецепції мандрівної журналістики, адже в екранному форматі тематика подорожей, географічних відкриттів, краєзнавства і туризму розвивається не менш активно, ніж на сторінках періодики.

Мета статті – дослідити генезу й розвиток тревел-журналістики в національному інформаційному телепросторі.

Історично передачі про подорожі пов'язані з подорожніми замітками, нарисами, документальними науковими фільмами та освітніми фільмами-лекціями. У перше десятиріччя ХХ століття з'являються просвітницькі кінотеатри, метою яких стає національно-патріотичне, моральне виховання громадян, а також формування нових знань про світ і людей. Документальні, а іноді й художні кінострічки починають систематично використовуватися не тільки для навчання, але і для популяризації новітніх досягнень науки, техніки і мистецтва, осягнення незвіданих досі культур і народностей, що в подальшому простежується і в розвитку туристичних та подорожніх програм.

Поступово із розвитком технологій екранне мистецтво поступається місцем іншим засобам масової інформації. Найпотужнішим серед них стає телебачення. Його вплив на аудиторію був спрямований на зміну світогляду, поведінкових реакцій, емоцій тощо, що активно використовувався і використовується нині. Так, у радянський період, зокрема з кінця 60-их до середини 70-их років ХХ століття на телебаченні переважали програми художнього та культурно-просвітницького спрямування, які реалізували культурно-рекреативну функцію. Однак вплив завжди був завуальований і реалізувався непомітно для глядача, тому оптимальним форматом для його утілення були розважальні, розважально-авантюрні програми.

Як зазначає І. Показаньєва, «...історія телебачення, як і доля кожної людини, складається з епізодів. Якщо їх вдається послідовно вибудувати, то можна отримати досить повне уявлення про те чи те явище, про ту чи ту особистість» [2, 75]. Історія науково-популярного, культурно-

просвітницького, а надалі й розважального телебачення дає змогу простежити етапи становлення і розвитку передач про мандри.

Серед наукових студій, що пропонують періодизацію історії подорожньої журналістики, варто виокремити дослідження авторитетних американських фахівців з медіа-комунікацій Е. Кавурі та Е. Фурзіха «Окреслення аналітичної парадигми вивчення тревел-журналістики» (2001 р.), адже воно є першою спробою обґрунтування доцільності вивчення тревел-журналістики і визначення магістральних векторів наукових пошуків.

Спираючись на роботи фахівців із різних галузей знань і діяльності, учені виокремлюють два основні етапи в розвитку світової тревел-журналістики. Перший етап (1800–1950) науковці пропонують називати модерним: саме в цей час остаточно формується термін «туризм», під яким розуміють форму масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з новими регіонами і об'єктами. З розвитком преси та появою друкованих видань, що популяризують тему відпочинку і розважальні практики, з'являються нові формати тревел-журналістики, що «акумулюють досвід колоніальних тревелогів та пригодницьких діарушів мандрівників, але водночас значно розширюють їх тематичний діапазон» [5, 152]. Для мандрівної журналістики етапу модерності характерна орієнтація на утвердження певних стійких уявлень про власну національну ідентичність, зацікавлення інших. При цьому протиставлення «своє – чуже» вибудовується за принципом відстоювання власного на фоні зображення «чужого» [5, 152].

Другий етап у розвитку туризму і тревел-журналістики, за переконанням американських учених, збігається з епохою постмодернізму. Спираючись на авторитетні культурологічні дослідження й новітні медіа-студії, дослідники наголошують на подібності між постмодернізмом (з

його естетичними настановами) та сучасним туризмом; а «туристичний погляд» з його фрагментарністю проголошують символом постмодерності [5, 153].

На нашу думку, розглянута класифікація має надто узагальнений характер і не розкриває специфіки становлення й розвитку телевізійної подорожньої журналістики.

Серед новітніх журналістикознавчих студій на вичерпність претендує періодизація, запропонована дослідницею І. Показньєвою [2]. Попри те, що вона розкриває еволюцію російської подорожньої журналістики, є частково релевантною щодо розвитку української тревел-журналістики.

Враховуючи національно-політичні реалії процесу становлення української державності та використовуючи окремі наукові ідеї вітчизняних і зарубіжних журналістикознавців пропонуємо виокремити такі етапи становлення української телевізійної тревел-журналістики: просвітницький (1960-1990 рр.), інформаційно-розважальний (1990-2000 рр.), розважально-просвітницький (2000 рр. – до тепер).

Перший етап пов'язаний із виникненням і розвитком освітніх, науково-популярних і культурно-просвітницьких туристських програм («Альманах подорожей», «Десять хвилин по СРСР», «Клуб кіноподорожей»). Спільний для усіх радянських країн контент телепередач не вирізнявся оригінальністю, адже основна увага у них приділялася висвітленню життя в СРСР, а лише невеликі репортажі чи замальовки про життя за кордоном з'являлися рідко і були суворо регламентовані. Виняток склала передача «Клуб кіномандрівників» (започаткована у 1960 р.), яка, використовуючи документальні і хронікальні фільми «знайомила глядачів з такими місцями, у яких вони не тільки ніколи не бували, але й не чули» [2, 75-76]. Після смерті автора проекту передача змінила не лише назву (на

«Клуб мандрівників»), але й формат: перетворилася у просвітницько-розважальну програму, метою якої була популяризація туризму і подорожей. Вона дала змогу глядачам відвідати найвіддаленіші куточки світу, «на карті практично не залишилося місць, про які б не розповідав «Клуб мандрівників» [2, 76].

Другий етап (1990-2000 рр.) став зламним в історії тревел-журналістики, позаяк був пов'язаний із розпадом Радянського Союзу та формуванням нових соціально-економічних умов, а також глибокою кризою у сфері науково-популярного телебачення. Приватизація і децентралізація засобів масової інформації, а також виникнення приватних телерадіокомпаній спричинили значні зміни у змістовому наповненні програм про мандри – науково-популярний і культурно-просвітницький елементи поступилися місцем інформаційному, розважальному і рекламному. Щоправда телебачення України досі тісно пов'язане російським, тому глядачі продовжують пізнавати світ за російськими передачами про мандри («Непутевые заметки», «Вояж, Вояж», «Неизвестная планета» тощо).

Третій етап (2000 рр. – до тепер) українські науковці називають періодом розквіту вітчизняної тревел-журналістики. Якщо попередні етапи характеризуються обмеженою кількістю краєзнавчих програм та програм про мандри, то цей період сколихнула хвиля мандрівної тематики, причому більшість програм були українського виробництва («Далеко і ще далі», «Феєрія мандрів», Орел і Решка», «Навколо світу за 48 годин», «Світ навиворіт», «Check-in», «Пройдисвіт»)

Сучасні телевізійні тревел-проекти об'єднують кілька форматів: інформаційний, просвітницький, документальний, розважальний. Переважання того чи іншого формату залежить від концепції та цілі мовників, при цьому, як правило, якщо програма присвячена

«внутрішньому туризму», то вона, швидше за все, буде спрямована на популяризацію культурної спадщини, традицій, пам'яток нашої країни.

Останній етап, позначений бурхливим розвитком тревел-журналістики дає змогу простежити ключові риси їх побудови (формат, особистість ведучого, змістове наповнення тощо) і виявити основні тенденції розвитку. Відзначимо, що з часу становлення до тепер подорожні проекти зазнали значних змін, а саме: науково-популярний формат нині замінив інфотеймент; творці програм про подорожі прагнуть не тільки розповісти про країну, її культуру, традиції, пам'ятки, але й насичують програму прикладною інформацією; передачі про мандри намагаються обійти усталені стереотипи про культуру, побут, традиції, звичаї певної країни; створення програм, що пропонують підміну реальності, тобто формат «real life» насправді мають заздалегідь написаний сценарій; ототожнення передачі про мандри з особистістю ведучого (н-д, Дмитро Комаров і «Світ навиворіт», Євгеній Гринкевич і «Де йдемо?» та ін.).

Отже, вітчизняна тревел-журналістика має багату історію. На кожному етапі цей сегмент зазнавав серйозних змін, зумовлених трансформацією соціально-економічного, політичного і культурного життя нашої країни. Сучасні телепередачі про подорожі мають не тільки розважальний, але й просвітницький характер, позаяк формують смак і естетичні цінності аудиторії.

Список використаних джерел

1. Воробьев-Обухов А. Ездить раньше, чем ходит // Вокруг света. 2013. №6. С. 146–150.
2. Показаньева И.В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики // Научн. журнал Санкт-Петербургск. гос. уни-тета. 2014. Вып. 5. С. 74-82

3. Полежаєв Ю. Г. Тревел-журналістика як об'єкт наукового осмислення: сфери інтересу та дискусійні моменти (на матеріалі зарубіжного досвіду) // Поліграфія і видавнича справа. 2015. № 1 (69). С. 131–141.

4. Трэвел-журналистика. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

5. Fursich E., Kavoori A. Mapping a Critical Framework for the Study of Travel Journalism // International Journal of Cultural Studies. 2001. V. 4(2). P. 152–153.

K.T. Beknazarov

University of Journalism and Mass Communication

of the Republic of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan

THE QUESTION OF FORMING THE AUDIENCE OF INTERNET MEDIA

Статья посвящена формированию аудитории интернет-СМИ. Деятельность пользователя интернет-медиа подразумевает грамотность пользователя и овладение новыми операциями, такими как: навигация по гипертексту, фильтрация и агрегация информации, генерация новых текстов. Кроме того, готовность осваивать технологические инновации и адаптироваться к ним. Доступность онлайн-медиа определяется в зависимости от интеллектуальных способностей (IQ) пользователей.

Ключевые слова: журналистика, интернет-журналистика, медиaprостранство, современное информационно-коммуникационное пространство.

The article deals with the formation of an audience of Internet media. The activity of an Internet media user implies user literacy and mastering new operations, such as: navigating in hypertext, filtering and aggregating information, generating new texts. In addition, the willingness to master technological innovations and adapt to them. The availability of online media is determined, depending on the intellectual abilities (IQ) of users.

Keywords: journalism, Internet journalism, media space, modern information and communication space

Modern journalism as a form of communicative practice, developing together with a global project of the information society, acquires a number of qualitatively new properties. In particular, in the media space, the area of Internet journalism, which has hypertext and interactivity features, has been established and is expanding. There is also an increase in the influence of Internet journalism on the press, television and radio. These processes occur against the background of the formation of a new informational paradigm, characterized by the strengthening of the communicative aspect of journalistic

activity [1, 25-35]. This leads to the expansion of the media space through the use of non-journalistic information carriers and technologies: PR tools, advertising, marketing; political technologies, etc.

The consequence of these processes are: 1) structural changes in the system of domestic media and in the system of mass communications (QMS) as a whole; 2) changes in the parameters of professionalization of journalists; 3) redistribution of the role and importance of regional and central publications; 4) the emergence of new standards for the style of publications.

The imperative of interactivity is dictated not only by the fact that modern information and communication technologies (the Internet in particular) are focused on dialogue and hypertextiness, but also by the fact that the field of journalism is increasingly becoming an area of coordination both in relation to its own business processes and in relation to the semantic interaction of the media with their audiences. In other words, in journalistic projects, the importance of using feedback, carried out, including in a single moment (simultaneous) mode, is enhanced.

The hypertext imperative is a consequence of the qualitative complication of the modern information-communicative space. The hypertextualness of the episteme of modernity is easy to see with the example of the Internet, which here needs to be understood more as a visible image, a model of knowledge, a component of modern society. It can be stated that changes in modern journalism are of large-scale systemic nature.

It should be noted that the process of understanding by the scientific community of phenomena that became widespread in the Internet dates back to the 90s of the last century. Moreover, the study of the Internet is inextricably linked with the study of the information society and its phenomena, including the problems of mediation of modern society, media evolution, media convergence, etc.

In general, it can be argued that Internet journalism in its development as a component of the media system assimilates a number of properties of other components of the system: print, radio, television, which, in turn, are transformed under the influence of the development of Internet journalism.

Productive for the analysis of the phenomenon of Internet journalism are a number of concepts developed in the modern theory of communication, integrating the results of various directions and schools that have studied the phenomenon of social communication. Such concepts as communicative action, autopoiesis, performative expression, rhizome, etc., are organically included in the thesaurus of the theory of journalism. At the same time, among the newest areas of science, the results of which are applicable to the study of Internet journalism, virtualistics and ecological psychology stand out separately [2, 48-51].

At the same time, there is a dominance of the communicative aspect in Internet journalism, which requires the development of theoretical and methodological tools, formed in an interdisciplinary field of knowledge, including a number of humanities and natural sciences, including philology, psychology, computer science, globalism. At the same time, in none of them, including in the theory of journalism itself, at the moment has not yet formed a paradigm of paradigm that would be adequate to the rapidly changing media reality. The current stage of media development has also no reason for the emergence of a metatheory of media even in the near future. In this regard, productive, in our opinion, is a polyparadigm approach that uses several research paradigms at once. This approach promotes their gradual integration into the general theory.

The emergence of the Internet has led to transformations of the media re-
Drafting system: the inclusion of web-based editorial structures (divisions); admission to the production of media lovers; consideration of mass information

as a two-component information and communicative education. The last point, as well as the dependence of the forms of web publications on the characteristics of evolving Internet technologies, suggests that the genre palette of journalism is added to the genre of web publications (or interactive hypertext publications).

The activity of the user of the internet media suggests user literacy and mastering new operations, such as: navigating in hypertext, filtering and aggregating information, generating new texts. In addition, the willingness to master technological innovations and adapt to them.

The availability of online media depends on the intellectual abilities (IQ) to a greater extent than for offline media. The upper limit of users corresponds to people with average intelligence: 68% of the population. A more realistic estimate rejects people with lower IQ values of the mean zone, i.e. $68\% - 25\% = 43\%$. There are people capable of self-learning and innovation. This value can be considered the saturation point.

It would be very simple to define Internet journalism only as journalism using new technological opportunities. The following terms are also used: web journalism, network journalism, cyber journalism, on-line journalism. Despite some differences in their use in this book, we will use these terms as synonyms.

Internet journalism has already brought many new features to journalism and modified the existing ones; therefore, its appearance and development require rethinking what journalism is.

There are good reasons to assume that in the image of Internet journalism we are dealing with a qualitatively new cultural and civilizational phenomenon. This conclusion can only come from the fact that the Internet first spawned Internet journalism de facto, and only then journalism began to

master the Internet as an environment of its professional activity and recognized Web journalism de jure [3, 12-18] .

Compare the three definitions of journalism. According to the definition given by TSB, journalism is a type of public activity for collecting, processing and periodical dissemination of relevant information through mass communication channels (press, radio, television, cinema, etc.) and one of the forms of conducting mass propaganda and campaigning. The information disseminated by journalism should be of socially orienting importance for the audience, shaping its public opinion and world outlook, giving an idea of the phenomena, processes and trends of modern reality in all its diversity, of the laws governing the functioning and development of the economic social and political, spiritual and ideological life of society.

List of references

1. Bourdieu Pierre. On television and journalism / Per. with fr. T. Anisimova, Y. Markova; Ed. foreword N. Shmatko. M: Foundation for Scientific Research "Pragmatics of Culture", Institute of Experimental Sociology, 2002.
2. Kalmykov A.A. Thinking hypertext and communicative space // Man: an illustrated popular science journal / Russian Academy of Sciences. M., 2007. No. 5.
3. How new media changed journalism / ed. S. Balmaeva, M. Lukina. 2016. [Electronic resource]. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf>.
4. Nosik A. Russian Internet Media: Theory and Practice // Internet for the Journalist. M., 2001: [Electronic resource] // URL <http://nethistory.ru/biblio/1043177564.html>.
5. Helemendik V.S. Some problems of media interaction: A retrospective view // Domestic television: traditions and innovation. M., 2006.Part 3.

6. Epstein V.L. Introduction to hypertext and hypertext systems.
[Electronic document] // URL: <http://www.ipu.rssi.ru/publ/epstn.htm>

Александр Бельский

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: СУЩНОСТЬ И РОЛЬ В ОБЩЕСТВЕ

В статье рассмотрена проблема социальной коммуникации с определением сущности феномена, его специфики и роли в обществе.

Ключевые слова: *социальная коммуникация, информационно-коммуникационные технологии, информационное общество, социум.*

The article deals with the problem of social communication with the definition of the essence of the phenomenon, specificity and role in society.

Keywords: *social communication, information and communication technology, information society, communication, society.*

Социальная коммуникация является базисной составляющей формирования социального субъекта, одним из ключевых способов его репрезентации. Исследуя социальную коммуникацию, мы уделяем внимание как информационному сообщению и его траектории, так и формам связи в актах общения, выстраиванию на их основе более крупных и сложных социальных конструктов.

Коммуникации, в целом, понимаются как инфраструктура в виде дорог или средств связи. Однако в гуманитарных науках данный термин рассматривается предельно шире и глубже. Психология концентрируется на понимании коммуникации с позиций обмена результатами психической деятельности человека в общении, которое возникает в условиях совместной деятельности. В фокусе социологии коммуникация выступает как социальный процесс, генеральная цель которого, не дать такому образованию как общество распасться. Филологи рассматривают коммуникацию сквозь призму функций языка, ведущей из которых является коммуникативная, воплощенная в речевую деятельность.

В самом общем понимании, данный феномен рассматривается как категория, обозначающая общение социальных субъектов, при помощи которого «Я» обнаруживает себя в другом. Проблема социальной коммуникации заключается не только и не столько в генезисе коммуникационных средств, каналов трансляции информационных сообщений, всякого рода носителей информации, закодированных в знаково-символической форме, под ней можно понимать и само по себе непосредственное развитие форм общения и культуры, а вместе с ними и социума в целом.

Генезис социальной коммуникации – это путь создания и развития разнообразных форм производства, трансляции и потребления информации в обществе. Вместе с этим, это и эволюция самого социального субъекта, его потребностей. Не стоит забывать о том, что это и возникновение, реконструкция коммуникационных социальных институтов. В итоге, развитие социальной коммуникации, представлений о ней – это и развитие самой цивилизации.

Становление информационного общества характеризуется высокой степенью влияния на социальную коммуникацию технической составляющей, т.е. телекоммуникационных систем, средств массовой информации и интернет-пространства. В этой связи, следует уделить внимание идее технократизации социума, т.к. развитие техники и технологий во многом изменяют человеческое мышление, а средства массовой информации становятся опосредующим звеном отношения человека к миру.

Актуальность анализа социальной коммуникации обусловлена тем, что в гуманитарной науке до сих пор отсутствует четкая категориальная определенность данного социального феномена. Об этом позволяет говорить анализ имеющихся в гуманитарной рамке подходов к

интерпретации социальной коммуникации. Особый отпечаток на теоретические построения на современной этапе накладывает роль Интернета как интерактивного средства социальной коммуникации развивающегося информационного общества.

Коммуникацию можно рассматривать как ключевой аспект жизнедеятельности социального субъекта, ведь именно она, по своей сути, олицетворяет социальность. Только через социальную коммуникацию человек получает возможность приобрести тот набор свойств и качеств, который будет достаточен для его инкорпорации в социум. Это говорит о том, что функционально налаженная социальная коммуникация выступает фундаментальной основой, базисной составляющей существования общества. Социум всегда представлял собой не просто совокупность людей как отдельных единиц, а образование, характеризующееся целенаправленной и разумно организованной совместной деятельностью, которая становится возможной вследствие реализации системы коммуникации, воплощенной в возможности согласовать разнонаправленные интересы и выработать генеральную концепцию действия.

Социальные коммуникации можно подразделить на [1, 15]:

- 1) вербальные – базирующиеся на устном обмене информацией;
- 2) невербальные – основанные на символической передаче информационного сообщения.

Стоит отметить, что существует возможность сочетания вербальных и невербальных коммуникаций в рамках одного информационного сообщения.

Помимо этого, социальные коммуникации можно разделить на [1, 28]:

1) формальные (официальные) – определяются политикой, правилами, должностными инструкциями определенного объединения и осуществляются сугубо по формальным каналам;

2) неформальные (неофициальные) – строятся на избегании следования общим правилам определенного объединения и происходят по установившейся системе личных взаимодействий между субъектами коммуникации.

Существует возможность выделить уровни социальных коммуникаций [1, 32]:

1) вертикальные, характеризующиеся перетеканием информации с одного уровня иерархии на другой;

2) горизонтальные, наблюдаемые между различными подразделениями или иными образованиями одного уровня и выполняющие функцию их координации.

Вертикальные социальные коммуникации также возможно разграничивать по направлению движения информационного сообщения [1, 32]:

1) восходящие, отражающие перетекание информации снизу-вверх (с низших уровней иерархии на высшие). Как правило, таким образом происходит оценка действий нижестоящих уровней.

2) нисходящие, происходящие сверху вниз. Данный вид описывает передачу каких-либо управленческих информационных сообщений.

Все это дает возможность утверждать, что под социальной коммуникацией можно понимать общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и т.д.; передачу того или иного содержания от одного как коллективного, так и индивидуального сознания к другому посредством знаков, зафиксированных на каких-либо носителях. В какой бы сфере не реализовывалась коммуникация, она всегда будет представлять собой

социальный процесс, характеризующий социальную структуру и выполняющий в ней интегрирующую функцию. Это обусловило повышенный интерес к этой тематике целого ряда исследователей из области философии и психологии, политологии и культурологии. Существенный вклад в разработку теоретических и практикоориентированных концепций внесли представители социологии.

Ключевыми функциями социальной коммуникации являются [1, 10]:

1) обеспечение эффективного обмена информационными сообщениями между членами общества;

2) осуществление совершенствования межличностных отношений в процессе обмена информационными сообщениями;

3) создание качественных информационных каналов для эффективного обмена информационными сообщениями между социальными субъектами, внешней средой для координации в определении генеральной и промежуточных целей и задач, действий;

4) мониторинг, корректировка и рационализация проходящих информационных потоков.

Коммуникационная проблематика достаточно сложна для толкования. Имеющиеся концепции отражают плюрализм мнений исследователей. Однако есть и общие составляющие, которые указывают на то, что социальная коммуникация – это всегда направленный процесс, в результате которого происходит обмен информационными сообщениями между коммуникантами. Причем важен элемент наличия обратной связи, как индикатор, обеспечивающего контроль за результативностью обмена такими сообщениями.

Ключевые закономерности динамического развития как самой социальной коммуникации, так и представлений о ней, тесно связаны с устойчивыми тенденциями общества как социального организма.

Закономерности в развитии социальной коммуникации характеризуются всеобщностью и объективностью. Можно утверждать, что они находятся во взаимосвязи с социальными законами. Помимо них, развитие социальной коммуникации и представлений о ней тесно связано с основными трендами в развитии науки и техники.

Анализ взглядов теоретиков на развитие социальной коммуникации позволяет утверждать, что эволюция данного феномена характеризуется выраженным переходом от врожденных (естественных) коммуникационных каналов к искусственно конструируемым. Все это происходит в условиях значительного увеличения их количества, кумуляции, что превращает средства социальной коммуникации в средства массовой коммуникации. Дальнейшее развитие социальной коммуникации приводит к расширенному использованию в ней электронных искусственных средств массовой коммуникации. Это имеет следствием ускорение динамики поведенческих моделей социальных субъектов, а также форм и стилей их общения. Реалии характеризуются возникновением нового типа реципиента, функционирующего в пространстве новых коммуникационных институтов. Меняется облик общества, бытующие в нем стандарты потребления, вкусы и предпочтения.

Повсеместное внедрение информационно-коммуникационных технологий воздействует на значительные изменения схем социальной коммуникации. Сейчас они преимущественно осуществляются с помощью разного рода технических средств. Главным образом характерно перетекание взаимодействий в сеть Интернет, ведь сегодня уже просто невозможно найти человека, не слышавшего хотя бы какие-то сведения об электронной, мобильной и телевизионной коммерции, электронном правительстве, телемедицине, дистанционном образовании и прочими

новшествами, которые обусловили переход человека в режим жизни онлайн.

Это обуславливает перетекание коммуникантов в сеть Интернет, что порождает множество различных новых форм социальной коммуникации. М. Моррис предлагает подразделяет их на четыре категории:

1) один на один – асинхронная коммуникация в виде обмена электронными сообщениями двух социальных субъектов в сети Интернет через электронную почту или в социальной сети;

2) многие со многими – асинхронная коммуникация относится к сети UserNet и касается сводок, листов рассылок, где необходимо внести свои персональные данные для получения доступа к разделам, интересующим пользователя;

3) один на один / один И несколько / один С несколькими – синхронная коммуникация с построением происходит вокруг какой-либо конкретной темы в рамках функционирования ролевых игр, чатов, форумов и т.д. 4) многие И один / один на один / один и многие – асинхронная коммуникация, возникающая в ходе поиска пользователем какой-либо информации, сопровождающий его переход на какие-либо сторонние сайты, что возбуждает случайную коммуникацию [2, 42].

Социальная коммуникация в информационном обществе в достаточной мере технократизирована и опосредована средствами массовой информации. На это обращает внимание Э. Тоффлер [3], идеи которого в этом направлении были взяты за основу анализа. Однако, каждое новое коммуникационное средство, возникшее и используемое в социальной коммуникации с одной стороны, вносит свою специфику, а с другой стороны имеет в себе отголосок предшествующего ему средства. На что справедливо указывает М. Маклюэн [4]. Еще одной закономерностью развития социальной коммуникации является наличие

некоторого противостояния информированности и «недоинформированности» или энтропии. Эту особенность можно рассматривать как закономерность прогресса как в природе, так и в социуме. Развитие социальных систем, характеризующихся повышенной сложностью, определяется их устойчивостью, сопряженной с растущей скоростью в переработке и накоплении информации. Это наиболее ярко проявляется в информационном обществе.

Говоря об особенностях анализа социальной коммуникации в современной белорусской науке, в реалиях формирующегося информационного общества, можно отметить, что данное направление начинает входить в исследовательские тренды. Однако имеется объективный лаг, в сравнении с разработанностью данной тематики у западных социологов (ситуация в российской гуманитарной науке несколько лучше, однако некоторое отставание также наблюдается). Это можно объяснить тем, что в Беларуси, на сегодняшний день, мы можем говорить лишь о формировании информационного общества (справедливым будем отметить, достаточно прогрессивном) и прогнозировать то, что дальнейшее продолжение научных изысканий в этом актуальном проблемном поле не только сократит выше обозначенный лаг, но и будем способствовать выстраиванию более эффективных коммуникационных схем во всех сферах.

Рассматривая, социальные коммуникации в современном обществе, можно отметить, что они подчиняются следующим общим законам:

1) коммуникация всегда представляет собой взаимодействие, характеризующееся обменом информационными сообщениями, что предполагает наличие двух и более участников такого рода взаимодействия;

2) эффективным может быть лишь тот коммуникативный акт, который предполагает в себе наличие элемента обратной связи;

3) коммуникация всегда имеет символично-знаковый характер информационного сообщения, который учитывается при ее исследовании с выделением правил, которым данные символы и знаки подчиняются в рамках реализации коммуникационной схемы;

4) для совершения коммуникационного акта необходимо наличие не менее одного общего канала передачи информации для осуществления передачи по нему информационного сообщения от отправителя к адресату;

5) коммуникационный акт может быть оценен как состоявшийся только в том случае, если получатель информационного сообщения ранее не обладал сведениями в нем содержащимися, в ином случае коммуникационный акт не имеет смысла;

6) частота коммуникационных актов, как правило, влияет на их качество, чем более частыми являются передачи информационных сообщений, тем менее они ценны и информативны.

Таким образом, в обществе социальная коммуникация выступает в разных качествах: это прежде всего передача информации, взаимообмен эмоциями, трансляция опыта, обучение, социализация. Основными составляющими интенсификации информационных процессов являются: неуклонное возрастание скорости передачи сообщений; увеличение объема передаваемой информации; ускорение ее обработки; все более полное использование обратных связей; увеличение объема добываемой новой информации и ускорение ее внедрения. Скорость передачи информации определяется характеристикой канала и способом кодирования информации. Совершенствование системы кодирования создает культурный потенциал для информационного прорыва.

Важнейшей особенностью социальной коммуникации является то, что она выступает социально-регулирующим и социально-конструирующим факторами. Это проявляется, прежде всего в том, что социальная коммуникация выражается как способ социальной организации и сплочения индивидов и вместе с тем как способ развития самих этих индивидов, создавая устойчивые межличностные и интересубъектные связи, являющиеся основанием социальной идентичности. Современные формы социальной коммуникации формируют особую субкультурную среду, являются способами реализации социальных и повседневных (личностных) практик. Они выражают собой социальную дифференциацию, социальную стратификацию и социальную иерархизацию и категоризацию отношений и взаимодействий.

Список использованных источников

1. Филатова, О. Г. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2006. 303 с.
2. Морис М. Интернет как масс-медиа / М. Морис // Маркетинговые коммуникации. 2006. №46. С. 42-45.
3. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007. 464 с.
4. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти. М.: АСТ, 2004. 672 с.

Юлія Блінська,
Вікторія Сікорська
Одеський національний політехнічний університет
Одеса, Україна

КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ЯК ЯКІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБИСТОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

У статті розглядаються особливості державної служби. Особлива увага приділяється невід'ємним функціям для держслужби.

Ключові слова: ділове спілкування, державна служба, комунікація, державний службовець.

В статье рассматриваются особенности государственной службы. Особое внимание уделяется неотъемлемым функциям для госслужбы.

Ключевые слова: деловое общение, государственная служба, коммуникация, государственный служащий.

The article deals with the features of civil service. Particular attention is paid to the inalienable functions for the state service.

Key words: business communication, public service, communication, civil servant.

Багато видів людської діяльності, в якій би формі вони не протікали, реалізуються колективними зусиллями людей, опосередуються процесами їхнього спілкування. Спілкування виступає в якості одного з найважливіших чинників людської діяльності. Існують сфери людської діяльності, в яких стосунки між людьми, їх міжособистісні контакти стають професійно значущими.

Професія державного службовця – професія в системі «людина — людина», де спілкування з фактора, що супроводжує діяльність, перетворюється у професійно значущу категорію.

Державний службовець не просто працівник, а людина, що втілює владу і виступає від її імені. Він захищає інтереси держави, народу і висловлює інтереси кожної людини. Важливість оволодіння культурою

спілкування державного службовця очевидна, так як вона підвищує і зміцнює авторитет і професіоналізм кожного учасника спілкування. Авторитет влади зміцнюється не тільки професійними діями державних службовців, а й їх особистісними якостями, поведінкою, ставленням до людей, культурою ділового спілкування.

Державному службовцю доводиться спілкуватися постійно, що породжує численні службові та позаслужбові ситуації, регулювання яких вимагає особливих властивостей ділового спілкування.

Питанню культури ділового спілкування присвячені праці вітчизняних і зарубіжних авторів: О. Бродецький [1], О. Давидова [2], М.Дмитренко [3], А. Панфілова [4], Н. Химиця [5] та ін. Вони стверджують, що характер ділових контактів робить вирішальний вплив на ефективність спільної діяльності, успішність проведення бесід, ділових нарад, переговорів, дискусій, презентацій.

Державна служба – це діяльність з виконання в межах повноважень прерогатив державної влади та управління; сукупність правових, соціальних і організаційних норм, правил, стандартів, традицій по реалізації Конституції, законів держави, його політичних, економічних, соціальних завдань; публічно-правове відношення між державою і державними службовцями з приводу умов, методів і результатів служінню державі і суспільству [1].

Особливості державної служби полягають у тому, що вона є сполучною ланкою між державою і громадянином, покликана захищати права і інтереси громадян, гарантувати стабільність в державі, узгоджувати інтереси людей. Вона стоїть між державою і людиною, будучи виразником інтересів певних груп людей, з одного боку, і державних структур, з іншого. Інша особливість державної служби полягає в тому, що вона є

своєрідною формою відображення суспільних зв'язків і відносин, показник ступеня гуманності, людяності, існуючих в суспільстві порядків.

Державна служба це – суворо ієрархічна система. Важливою особливістю державної служби є те, що це етична система. Формуючи правосвідомість громадян, вона, разом з тим, виступає носієм належної моралі, моральних цінностей. Державна служба виступає як відображення культури суспільства, його духовної сформованості [5].

Державна служба виконує важливі функції:

— функцію соціальної інформації. Державний апарат є носієм інформації, яку необхідно використовувати чесно, за її прямим призначенням в інтересах вирішення державних завдань, задоволення потреб різних категорій населення;

— функції контролю і регулювання. Правильно здійснюваний контроль за всіма державними органами, громадськими інститутами і громадянами дозволяє забезпечити дотримання конституції;

— регулююча функція державної служби реалізується при взаємодії держави з інститутами громадянського суспільства. Від імені держави вона регулює відносини в сфері праці, власності, житла;

— функція організації життя людей. У цьому контексті держслужба постає як комунікаційний процес, тобто обмін життєво важливою інформацією між людьми. У процесі комунікації відбувається зміна знань, соціальних установок, регуляція взаємодії інтересів між соціальними інститутами і людьми, визначення проблем і пошук рішень;

— виробництво державних соціальних послуг (освіта, виховання, правовий захист, безпека);

— виховна функція проявляє себе у вихованні та затвердженні у громадян України ідей злагоди, добра, справедливості, любові до батьківщини;

— функція соціальної комунікації найбільш важлива, тому що держслужба – це та сфера діяльності, де стикаються держава і громадянин. В процесі цієї зв'язку налагоджуються стосунки, відбувається взаємодія на основі тісного спілкування. Рівень культури спілкування повинен бути високий, так як через канал державної служби вивчається громадська думка, ставлення громадян до різних державних актів. Через цей канал реалізується політика держави, враховуються місцеві, регіональні особливості при її проведенні.

Такі основні функції державної служби. Виконавцем цих функцій є – державний службовець [4].

Найважливішою умовою ефективності ділового спілкування державного службовця є знання ним своїх власних комунікативних можливостей, рівня комунікативної компетентності. Відомо, що найчастіше на державну службу йдуть впевнені в собі люди, багато з яких вважаються успішними, здатними в усіх відношеннях, в тому числі і в області ділового спілкування. Часто ця впевненість виявляється звичайною помилкою, і державний службовець дізнається про власні комунікативні проблеми [2].

Сьогодні стає очевидним те, що підготовка державних службовців вимагає від них не тільки найглибших творчих знань і певних практичних навичок у вирішенні різних управлінських завдань і ситуацій, а й уміння спілкуватися, вести себе в суспільстві, проводити наради, ділові бесіди, не втрачати самовладання перед софітами камер, мати навички спілкування з пресою і дипломатичним корпусом.

Основними вимогами в діловому спілкуванні, що пред'являються державному службовцю є такі якості як:

- комунікабельність (здатність легко сходитися з людьми);
- емпатичність (здатність до співпереживання);
- рефлексивність (здатність зрозуміти іншу людину);
- красномовність (здатність впливати словом).

Ці якості складають набір природних обдарувань, які охоплюють поняттям «уміння подобатися людям». Володіння даними здібностями і постійні вправи в їх розвитку – запорука успішного створення особистого іміджу.

Особливості розвитку кожної особистості, унікальність її внутрішнього світу і ділового середовища дозволяють говорити і про унікальність індивідуальної комунікативної культури. Важливо пам'ятати, що комунікативна культура піддається розвитку в процесі соціально-психологічного навчання.

Таким чином, державна служба – це духовний рід діяльності, який виражається в конкретній організації і регулювання різних сфер суспільства, вироблення цілей і напрямів суспільного розвитку, в активному впливі на людей. Державна служба це та сфера діяльності, де стикаються держава і громадянин. В процесі цієї зв'язку налагоджуються стосунки, відбувається взаємодія на основі тісного спілкування, тому рівень культури спілкування державного службовця повинен бути високий, так як через канал державної служби вивчається громадська думка, ставлення громадян до різних державних актів. Найважливішою умовою ефективності ділового спілкування державного службовця є знання ним своїх власних комунікативних можливостей, рівня комунікативної компетентності.

Список використаних джерел

1. Бродецька О. Теоретичні аспекти формування комунікативної поведінки державних службовців : дис. Тернопіль: Тайп, 2016. С. 37–40.
2. Давидова О. А. Комунікативні здібності. Волгоград: Вид-во ВАГС, 2001. С.46-51.
3. Дмитренко М.Й. Ділове спілкування як феномен соціальної дійсності: Автореф. дис... канд. філософ. наук. Х., 2005. 19 с.
4. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб. : Знание, 2000. 496 с.
5. Химиця Н.О. Ділова комунікація: навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. Політехніки, 2016. 207 с.

Леся Бомко

Вінницький державний педагогічний університет

імені Михайла Коцюбинського,

Вінниця, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПРОГРАМ ПЕРШОГО УКРАЇНСЬКОГО ДИТЯЧОГО ОНЛАЙН-РАДІО «RADIOKIDS. ONLINE»

У статті проаналізовано особливості програм першого українського дитячого онлайн-радіо «RadioKids. Online». Досліджено їхню тематику. Вивчено питання створення дитячого радіо.

Ключові слова: *онлайн-радіо, радіограма, дитяча радіостанція, тематика, інтернет, програма передач.*

В статье проанализированы особенности программ первого украинского детского онлайн-радио «RadioKids. Online». Исследовано их тематику. Изучены вопросы создания детского радио.

Ключевые слова: *онлайн-радио, радиопрограмма, детская радиостанция, тематика, интернет, программа передач.*

The article analyzes the features of the programs of the first Ukrainian children's online radio «RadioKids. Online». Their subjects are investigated. The question of creation of children's radio is studied.

Keywords: *online radio, radio program, children's radio station, theme, Internet, program guide.*

Система радіомовлення значно змінилась з розбудовою незалежної України. Еволюційні процеси підштовхнули наново осмислити і розуміння дитячої радіограми. Уже сьогодні можна констатувати, що наявність продукції для дітей є своєрідним індикатором цивілізованості та піклування про підростаюче покоління. Проте тільки на окремих радіостанціях повною мірою представлена радіопродукція для наймолодших слухачів.

Місце та роль дитячих радіограм досліджували такі науковці як О. Ваніна, О. Гоян, В. Лизанчук, Ю. Любченко, І. Пенчук,

Я. Скуратівська, О. Хомин та ін. Свій внесок у вивчення радіомовлення зробили Е. Багіров, В. Ружніков.

Актуальність дослідження зумовлена потребою проаналізувати особливості дитячих радіопрограм, а також недостатньою вивченістю українських дитячих радіостанцій.

Мета статті – проаналізувати особливості програм першого українського дитячого онлайн-радіо «RadioKids. Online», визначити їхню тематику.

Ольга Пінчук у дисертації «Специфіка дитячого інтернет-радіо як ЗМІ з точки зору його аудиторії, структурно-змістовних компонентів, типологічних характеристик» зазначає: «Під впливом мережевих технологій змінюється контент всіх засобів масової інформації, з'являються нові форми подання традиційних медіа: інтернет-телебачення, інтернет-радіо. Цей новий сектор ЗМІ необхідно вивчати» [2].

Змінюється медіаспоживання та інформаційні звички аудиторії, особливо дитячого сегменту, який сприймає інтернет як основний канал доступу до масової інформації. У зв'язку з цим важливо вивчати процеси такого медіаспоживання і мати чітке уявлення про те, яким чином дитина знаходить потрібну інформацію, до кого звертається за допомогою у виборі ресурсу.

«RadioKids. Online» – перше українське радіо, яке функціонує в мережі. Мовлення розпочало 9 квітня 2018 року. Позиціонує себе як соціальний проект, покликаний створити платформу для інтелектуального розвитку молодих сімей в Україні та підтримку сучасних освітніх програм для малюків з моменту народження та їх батьків, а також для тих, хто готується ними стати. Цільова аудиторія – діти віком до 6 років, а також вагітні жінки і молоді батьки [3].

Програма передач «RadioKids. Online» у будні відрізняється від програми на вихідні, хоч деякі з них повторюються. Усі радіопрограми, за винятком програм для вивчення іноземних мов, ведуться українською мовою.

Щодня в ефірі звучить добірка класичної музики, музика з балетів, всесвітньовідомі оперні арії у виконанні світових зірок, казкова музика з дитячих балетів та опер для малюків, а також для вагітних, оскільки вчені стверджують, що знайомство малюка з музикою варто починати з класичних творів. Вони позитивно впливають на ще ненароджених дітей, адже малюки чують звуки в утробі матері, починаючи з 16 тижня.

Прослуховуючи радіо, можна вчити іноземні мови. Зокрема, щопонеділка та щочетверга в ефірі транслюються уроки англійської мови, щовівторка та щоп'ятниці – німецької, кожную середу – французької. З 10:00 до 10:15 у будні звучать розвиваючі пісні іноземними мовами. У вихідні із 7:00 до 9:00 лунають дитячі музичні твори українською, англійською, німецькою, французькою та італійською мовами. Це допомагає вивчати різні мови не тільки дітям, а й батькам.

Щодня на «RadioKids. Online» о 9:05-9:45 та о 10:15-12:00 транслюється музика з мультфільмів. Можна почути саундтреки до знаних усім мультсеріалів починаючи з класики, створеної корпорацією «The Walt Disney Company», веселих історій Петрика П'яточкіна, до сучасних мультфільмів, таких як: «Крижане Серце», «Мадагаскар», «Шрек» тощо. Із 12:15 по 14:00 ефір заповнюють музичні композиції з різних дитячих мюзиклів.

Для розвитку музичних смаків малечі на радіо звучать добірки різножанрових композицій: від дитячих пісень до рок-н-ролу, а також музика народів світу. Послухати звуки океану, чайок, шум лісу, спів

пташок навесні, кумедні розмови папуг у джунглях, жаб'ячі арії можуть слухачі онлайн-радіо, не виходячи з дому.

«RadioKids. Online» має свої різноматичні програми: «У світі тварин», «Мистецькі вітаміни» і «Travel Kids». «У світі тварин» – авторська програма, яка виходить у будні кожні 20 хвилин з 9:05 по 12:00 і з 16:00 по 20:00, де розповідають про тварин у віршованій формі. Однією з її особливостей є реальні записи звуків тих чи інших звірів. Таким чином діти чують як по-справжньому виють вовки, ревуть ведмеді, кричать пелікани, які звуки видає бегемот.

Автором програми «Мистецькі вітаміни» є ведуча Мама Дарина. Вона анонсує популярні заходизі сфери музики, літератури, театру, кіно, образотворчого мистецтва, які можуть відвідати батьки зі своїми дітьми, а також семінари та тренінги для молодих батьків. Транслюється в ефірі лише в будні о 9:00 та 19:00.

«Travel Kids» – програма, яка транслюється у вихідні з 10:00. Її ведучою є Марія Діденко. Це своєрідна інструкція для батьків, які подорожують разом із новонародженими та дітьми дошкільного віку. Тут можна дізнатися про те, як уникнути черг під час реєстрації багажу, які речі необхідно взяти з собою, як провезти додатковий багаж, що не вміщується до валізи, як поспати мамі під час перельоту, мандруючи з дитиною на руках.

У вечірній час із 20:00 до 23:00 на «RadioKids. Online» транслюються колискові з України та багатьох куточків світу. Протягом 15 хвилин з 20:45 по 21:00 звучить вечірня казка, літературне читання чи радіоспектакль, створені у співпраці з дитячими видавництвами України, українськими авторами та дитячими освітніми ініціативами.

Після 23:00 транслюється «Музика для батьків» – добірки для медитації і релаксу. Ведучі «RadioKids. Online» зауважують, що це час, який батьки можуть присвятити собі після того, як вклали дітей спати.

Автори дитячих радіопрограм відповідають за якість створених ними радіопрограм, адже їм відводиться неабияка роль у процесі виховання підростаючого покоління. Створення таких програм вимагає високого рівня професіоналізму та підготовки спеціалістів, які були б не тільки журналістами, а й педагогами, психологами, вихователями, а головне – старшими друзями [1; 197].

«RadioKids. Online» функціонує в інтернеті, має персональну сторінку в соціальній мережі Facebook. Для прослуховування контенту дитячого радіо достатньо зі смартфона підключитись до Wi-Fi або мобільного інтернету. «RadioKids. Online» – це можливість дізнатися щось нове про різних звірів, вивчити незнайомі слова англійською, німецькою та французькою мовами, а також прослухати добірки різножанрової музики від класики та дитячих опер до рок-н-ролу.

Список використаних джерел

1. Гиріна Т. Типологічна характеристика дитячих радіопрограм: тематичний та віковий аспекти дискурсу в Україні. *Теле- та радіожурналістика*. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. С. 197-202.

2. URL: <http://www.konf.x-pdf.ru/18filologiya/267441-1-specifikadetskogo-internet-radio-kak-smi-tochki-zreniya-ego-auditorii-strukturno-soderzhatelnih-komponentov-tipologi.php> Бесплатная электронная библиотека (дата звернення: 04.03.2019).

3. URL: <https://www.radiokids.online/> «RadioKids. Online» (дата звернення: 03.03.2019).

Марина Дяченко

Вінницький державний педагогічний університет

імені Михайла Коцюбинського

Вінниця, Україна

РУБРИКА «КУЛЬТУРА» В ЖУРНАЛІ «КРАЇНА»: СПЕЦИФІКА ТЕМАТИЧНОГО НАПОВНЕННЯ

У статті проаналізовано суспільно-політичний тижневик «Країна». Особливості його функціонування. Досліджено специфіку тематичного наповнення рубрики «Культура». Розглянуто жанрове наповнення публікацій.

Ключові слова: журнал, рубрика, публікація, культура, тематичне наповнення, автор.

В статье проанализирован общественно-политический еженедельник «Країна». Особенности его функционирования. Исследована специфика тематического наполнения рубрики «Культура». Рассмотрено жанровое наполнение публикаций.

Ключевые слова: журнал, рубрика, публикация, культура, тематическое наполнение, автор.

The article analyzes the socio-political weekly «Kraina», features of its functioning. Investigated the specificity of the thematic content of the heading «Culture». Explore the genre of the content of the publications.

Keywords: journal, heading, publication, culture, thematic content, author.

«Країна» – україномовний щотижневий журнал, заснований у 2009 році підприємством ТОВ «Видавничий дім «Нова інформація»», у власності якого також перебуває «Газета по-українськи» та інтернет-видання «Gazeta.ua».

Методиці дослідження спеціалізованих видань та розробці їхньої класифікації і типології присвячені праці Є. Ахмадуліна, А. Бочарова, І. Засурського, Є. Корнілова, М. Тимошика і багатьох інших дослідників.

Саме класифікація дозволяє поділити велику кількість журналів на класи, підкласи, групи, підгрупи з тим, щоб визначити, до якої з них

належить те чи інше видання, його основні відмінності та загальні риси [1; 34].

Журнал «Країна» складається з трьох розділів, а саме: «Події», «Оцінки», «Люди та речі». У першому розділі публікуються основні новини тижня, зокрема, новини України та світу. У цій частині журналу розміщено такі тематичні рубрики: «Тема», «Україна», «Фото», «Дати», «Світ», «Культура», «Спорт». Другий розділ передбачає коментарі та оцінки експертів щодо суспільно-політичних тем, зокрема, сюди входять рубрики: «Інтерв'ю», «Відгуки», «Репліка», «Щоденник», «Наука», «Рейтинг», «Проблема», «Прогноз», «Словник», «Література», «Колонка», «Дзеркало». Останній розділ журналу цілком присвячено суспільним темам, розміщеним у межах рубрик: «Портрет», «Репортаж», «Професія», «Перше кохання», «10 фільмів», «Тусівка», «Досвід», «Підслухані розмови», «Спогади», «Поради», «Їжа», «Історія», «Документ», «Паралелі».

Мета дослідження – проаналізувати специфіку тематичного наповнення рубрики «Культура» (за 2017 рік) у щотижневому журналі «Країна».

Формування тематичного наповнення преси – процес, що відбувається паралельно до суспільних подій, економічних та політичних умов у суспільстві. Від актуальності тематичного спрямування видання залежить його читацька аудиторія. Тобто, чим актуальніші теми будуть розглядатися в часописі, тим більшою популярністю серед читачів він буде користуватися.

Постійна рубрика «Культура» в журналі «Країна» висвітлює найактуальніші події, що стосуються культури України та світу. Рубрика розміщена в розділі «Події». Її тематичне спрямування обмежене. Однак,

умовно можна поділити його на такі напрями: кіно, образотворче мистецтво, література, музика, театр тощо.

Матеріали, що стосуються кіноіндустрії, зустрічаються в рубриці «Культура» найчастіше. Вони становлять близько 37% усього опрацьованого матеріалу.

Досить часто кінокритики чи фахівці галузі аналізують кінострічки, що вже вийшли в прокат, прем'єри тощо. Наприклад, у матеріалі «За Союзу нам дозволяли лише німі мультики про козаків» (Країна. – 2017. – №354. – С.8) подано п'ять найочікуваніших українських прем'єр за версією кінокритика Сергія Васильєва. Авторка Катерина Лук'яшко коротко описує кожен фільм, а саме: «Припутні», «Рівень чорного», «Люксембург», «Її серце», «Сторожова застава». Візуально матеріал поділено на п'ять блоків відповідно до кожного кінофільму, що робить його сприйняття легким та зручним для читача. Загалом матеріал побудовано на короткому оглядові до кожного фільму.

У публікації «У «Картковому будинку» немає позитивних героїв. Тільки хижак» (Країна. – 2017. – №355. – С.8) кінознавець Андрій Алфьоров аналізує сім серіалів, які, на його думку, вивели телевізійне кіно на новий якісний рівень. У тексті окреме місце відведено для коментарів працівників кіноіндустрії – Антона Філатова, Андрія Кокотюхи, Андрія Дончика. Вони аналізують конкурентоспроможність серіалів, протиставляють зі стрічками СРСР, 2000-х років. Авторка Катерина Лук'яшко обрала досить вдало тему, оскільки на міжнародних кінофестивалях все частіше почали демонструвати не лише кіно, а й серіали. Однак, в Україні така тенденція тільки починає набирати попити. Тому інформація, що стосується аналізу та кінокритики найпопулярніших серіалів актуальна та цікава для українського читача.

У матеріалі «Жінка росла без батьків і тому втратила частину себе» (Країна. – 2017. – №375-376. – С.8) генеральний продюсер Одеського міжнародного кінофестивалю Юлія Сінкевич і кінокритик Андрій Алфьоров розповідають про найцікавіші фільми, що були презентовані на 70-му Канському кінофестивалі. Зокрема, українська стрічка «Лягідна» режисера Сергія Лозниці. Автор візуально ділить текст на сім блоків. У кожному з них подано короткий огляд фільму. Матеріал доповнено ілюстрацією, а саме кадром із кінофільму «Убивство священного оленя». Це привертає увагу читача та змушує його зацікавитися переглядом конкретного матеріалу.

У публікації «Якщо хочемо продовжити справу Майдану, то маємо брати шуфлі й ремонтувати у себе туалет» (Країна. – 2017. – №366. – С.8) розглянуто теми стрічок, які були продемонстровані на 14-му фестивалі документального кіно про права людини «Docudays UA». У ньому взяли участь режисери з України, Росії, Швеції, Естонії та Німеччини. Загалом у цьому журналістському матеріалі розглянуто п'ять фільмів, які за своєю тематикою схожі один з одним. Наприклад, фільми «Повернення» та «Пол приходить із-за моря: щоденник зустрічі» порушують проблеми біженців та масової еміграції.

У матеріалі «Вода набуває форми будь-якої посудини – власної не має. Так само влаштована любов» (Країна. – 2017. – №389. – С.8) розглянуто найцікавіше кіно 74-ого Венеційського кінофестивалю. Автор представляє увазі читачів три фільми, а саме: «Форма води», «Три білборди за межами Еббінга, штат Міссурі» та «Вікторія й Абдул». Вони абсолютно різні за тематикою, однак схожі між собою за наявністю психологічного напруження в сюжеті. Наприклад, несприйняття людиною виходу за межі усталених рамок. Це простежується у фільмі «Форма води», коли жінка, незважаючи на думку людей, закохується в людину-

амфібію. Ще одним прикладом є кохання між королевою та простолюдином у стрічці «Вікторія й Абдул».

У рубриці «Культура» в журналі «Країна» розміщено матеріали, що стосуються не лише оглядів кінострічок, а й роботи над ними, зйомок тощо. Наприклад, у публікації «У майбутньому буде тільки краще, якщо пережили таку біду» (Країна. – 2017. – №364. – С.8) кінокритик й письменники висловлюють свої враження щодо канадської історичної драми «Гірки жнива» – першого англомовного художнього фільму про Голодомор в Україні 1932–1933 років. Кінознавці зазначають, що у стрічці знімалися відомі закордонні актори, однак вона не набула широкої популярності через невдалу драматургію. У матеріалі подано думки трьох спеціалістів цієї галузі, а саме кінокритика Ярослава Підгора-Гвиздовського, письменників Наталії Дзюбенко-Мейс та Василя Шкляра, які зазначають недосконалість сценарію та зйомок фільму. На думку письменника Василя Шкляра, ця стрічка «розрахована на тих, хто нічого не знав про Голодомор. Скоріше пізнавальна, ніж мистецьки довершена». Варто зауважити, що авторів Дар'ї Агаповій доречно було б написати не лише про негативні, а й позитивні боки цього кінофільму, аби зберегти баланс думок. Це дало б змогу читачеві зробити об'єктивні висновки.

У журналістському матеріалі «Наступного року очікую від українського кіно три блокбастери» (Країна. – 2017. – №391. – С.8) співзасновник Film.uaGroup Сергій Созановський розповідає про перспективи розвитку кіномистецтва в Україні. Доречним у цьому тексті є те, що кінокритик не просто виявляє основні проблеми, які негативно впливають на розвиток української кіноіндустрії, а дає кілька порад режисерам та сценаристам. «Режисерам необхідно зламати стереотип, що фільми про українську історію не будуть цікаві іноземним глядачам. Картину можна зробити успішною, якщо врахувати тренди масового кіно».

Матеріал доповнений коментарем генерального директора компанії «1+1 медіа» Олександра Ткаченка, який зазначає, що завдяки закону про державну підтримку українського кіно вітчизняний кінематограф став якіснішим.

Журналістські матеріали, що стосуються образотворчого мистецтва в рубриці «Культура» займають близько 22% опрацьованого матеріалу.

У публікації «У нас, українців, горизонтальні зв'язки – найпотужніші у світі. Слабкі вертикальні» (Країна. – 2017. – №357. – С.8) голова правління «Райффайзен Банк Аваль» Володимир Лавренчук розповідає про те, чи можлива в Україні практика фінансування мистецтва банківськими установами. Варто зазначити, що за жанром матеріал – інтерв'ю (досить рідко використовується в цій рубриці). Авторка Анна Родічкіна змогла всебічно та досить інформативно розкрити порушену тему, оскільки подала читачеві цю публікацію саме у форматі питань-відповідей.

У матеріалі «Важко уявити себе російським художником. Думати: за що поб'ють, а за що – сечею обіллють» (Країна. – 2017. – №363. – С.8) автор не просто розповідає про картину «Щастя в праці» написану художником Олегом Тістовим, а аналізує сам процес її створення, внутрішній світ, почуття, що підштовхнули його до написання праці. Авторка Анастасія Хлапоніна, окрім основного матеріалу, подає додаткову особисту інформацію про художника. Вона оформлена у вигляді окремої колонки. Це допомагає читачеві більше дізнатися про митця, краще зрозуміти зміст та призначення його робіт.

В інтерв'ю «Ніколи б не подумав, що прокидатимуся серед ночі і йтиму туди, де стріляють» (Країна. – 2017. – №394. – С.8) подано розмову журналіста з художником Матвієм Вайсбергом. Питання, які ставить авторка Ганна Щокань, стосуються не лише художньої діяльності митця, а й культури загалом, подій в Україні тощо. Як недолік, варто зауважити, що

журналіст використовує недостатньо зрозумілі питання. Наприклад, розмова ведеться про творчість Матвія Вайсберга, тематику картин тощо, а кореспондент запитує: «Що Вас приваблює у соцмережах?». Якщо автор вирішив все ж поставити таке питання, то варто було б поєднати його із культурною тематикою.

У рубриці «Культура» в журналі «Країна» публікаціям, що стосуються літератури, відведено близько 20% опрацьованого матеріалу.

У тексті «Грищенко пересварився з усіма в Москві» (Країна. – 2017. – №396. – С.8) йдеться про презентацію книжки письменниці Віти Сусак «Олекса Грищенко. Динамоколір». Автор Ольга Богачевська розповідає про книгу та самого Олексу Грищенка. Бекграундом є інформація про життя та творчість художника.

У матеріалі «Бог відпочиває на російській літературі» (Країна. – 2017. – №374. – С.8) розглядаються події VII Міжнародного фестивалю «Книжковий Арсенал», що відбувався в Києві 17–21 травня 2017 року. Варто відзначити, що автор у досить цікавій формі подає текст, оскільки ділить його на п'ять частин, відповідно до п'яти днів фестивалю. Чи не за годинами розписує події кожного дня. Наприклад, розповідає про те, які книги презентували, наводить уривки з промов письменників.

Журналістські матеріали, що стосуються музики та театру в рубриці «Культура» займають близько 18% опрацьованого матеріалу.

Наприклад, у публікації «Є істерична пані, є нещасна, щаслива, політично активна, розслаблена» (Країна. – 2017. – №356. – С.8) подано думку музичного критика Олексія Бондаренка щодо головних претендентів на перемогу в півфіналі національного відбору пісенного конкурсу Євробачення-2017. Матеріал побудований на короткому огляді кожного виконавця чи гурту.

У публікації «Якби держава вкладала в культуру, не потрібно було б зараз витратитися на танки» (Країна. – 2017. – №359. – С.8) розповідається про український гурт «ВВ». Автор Дар'я Агапова торкається теми виходу нового альбому творчого колективу «ВВ», а також спілкується з його лідером Олегом Скрипкою про політичну ситуацію в Україні та її вплив на еволюцію української музики. Автор в окремій колонці розміщує інформацію про особисте життя та творчість Олега Скрипки.

У публікації «Наші матері й бабусі не мали депресій. Бо на це не було часу» (Країна. – 2017. – №360. – С.8) йдеться про прем'єру вистави «Кольори». Актриса столичного театру «Золоті ворота» Віталіна Біблів розповідає про складності гри п'єси, а також про зміст та перебіг подій у ній.

У матеріалі «Анна могла кохати Миколу, бути з ним щасливою. Михайло все це зруйнував» (Країна. – 2017. – №360. – С.8) автор подає інформацію про виставу «Чому Михайло Гурман не вижив?» за мотивами драми Івана Франка «Украдене щастя». Здійснює короткий огляд п'єси.

Журнал «Країна» є досить молодим виданням, яке сформувало власну читацьку аудиторію. За спрямуванням – це суспільно-політичний тижневик. Тобто, матеріали, що друкуються у цьому виданні, стосуються політичних, економічних, соціальних, культурних, екологічних проблем. Часопис розрахований на мешканців великих міст віком від 20 до 50 років із вищою освітою.

Проблематика рубрики «Культура» досить різноманітна: порушуються проблеми фінансування мистецтва, війни між Україною та Росією, самосвідомості українських громадян та патріотизму, нових законопроектів, що стосуються культури тощо. Автори часто використовують у своїх текстах коментарі працівників галузі кіно,

наприклад, режисерів, акторів чи кінокритиків. Це викликає більше довіри в читача, оскільки думки автора підтверджують чи спростовують фахівці.

Список використаних джерел

1. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. *Стиль і текст*. Випуск 3. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка. 2002. С. 34-38.

Світлана Польовик

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського

Київ, Україна

ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ФОНДУ ПРЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ

Розглядається інформаційна діяльність Фонду Президентів України, спрямована на аналіз зарубіжних інформаційних потоків щодо відображення як загальноукраїнської проблематики, так і діяльності українських владних структур. Здійснено аналіз інформаційно-бібліографічного бюлетеня «Україна у відгуках зарубіжної преси».

Ключові слова: бюлетень, інформаційні потоки, Фонд Президентів України, інтренет-ЗМІ.

Рассматривается информационная деятельность Фонда Президентов Украины, направленная на анализ зарубежных информационных потоков, отражающих как всеукраинскую проблематику, так и деятельность украинских властных структур. Осуществлен анализ информационно-библиографического бюллетеня «Украина в отзывах зарубежной прессы».

Ключевые слова: бюллетень, информационные потоки, Фонд Президентов Украины, интренет-СМИ.

We consider the information activities of the Fund of Presidents of Ukraine, aimed at the analysis of foreign information flows, reflecting both all-ukrainian issues and the activities of the Ukrainian authorities, is considered. The analysis of the information and bibliographic bulletin «Ukraine in the reviews of the foreign press» was carried out.

Keywords: newsletter, information flows, the Fund of Presidents of Ukraine, online media.

В епоху глобалізаційних змін бібліотеки все більш важливу роль відіграють в інформаційному забезпеченні суспільства. Водночас інформаційні продукти і послуги, пропоновані бібліотекою, вимагають розробки інформаційних продуктів і послуг більш високого рівня якості або принципово нових продуктів. В.М. Горвий звертає увагу на те, що «...розвиток суспільства наштовхується на все нові й нові виклики

сучасності, реагування на які потребує введення в обіг все більшої кількості нової інформації, забезпечуваної науково-технічним і власне людським прогресом» [1, 15].

У рамках інформаційної діяльності бібліотеки і спеціалізовані фонди, які функціонують при бібліотеках, чітко позначилася інформаційним напрямом, зокрема в контексті «інформаційного забезпечення управлінських рішень і створення систем інформаційного забезпечення базової діяльності споживачів інформації» [1, 122].

Інформаційна діяльність сьогодні є одним з основних напрямів роботи Фонду Президентів України (ФПУ), як структурного підрозділу Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Вагоме місце серед інформаційної діяльності ФПУ займає аналіз вітчизняних та зарубіжних інформаційних потоків щодо відображення діяльності українських владних структур у ЗМІ.

З метою забезпечення співробітників органів державної влади у ході виконання ними безпосередніх функціональних повноважень, вирішення актуальних проблем та вдосконалення роботи державних структур і їхніх підрозділів у 2011 р. Фонд Президентів України започаткував видання інформаційно-бібліографічного бюлетеня «Україна у відгуках зарубіжної преси». Видання подає оперативну інформацію про події, що відбуваються в Україні, опубліковані на сторінках зарубіжних інтернет-ЗМІ. Зокрема, матеріали висвітлюють діяльність органів законодавчої, виконавчої та судової влади, місцевого самоврядування, актуальні питання міжнародного співробітництва та суспільно-політичного життя, економічний стан та правові відносини, події в соціальній сфері та проблеми науки і культури [3].

На основі систематичного моніторингу зарубіжної преси (понад 80 інтернет-версій періодичних видань іноземною мовою) на сторінках

інформаційно-бібліографічного бюлетеня аналізується та узагальнюється інформація щодо висвітлення державної політики України та реакції на українські актуальні події за кордоном. Інформаційні матеріали, які зібрані з періодичних видань країн Америки, Європи, Азії та пострадянського простору, зокрема включають:

- огляд закордонними аналітиками суспільно-політичних подій в Україні;
- повідомлення українських журналістів у зарубіжних виданнях;
- аналітично-прогностична інформація щодо політичного та економічного розвитку України очима міжнародних експертів;
- точки зору та коментарі відомих на міжнародній арені діячів стосовно української держави;
- відгуки міжнародної спільноти на ситуацію в Україні [3].

На сьогодні введено до наукового та культурного обігу 138 випусків даного інформаційного продукту шляхом розповсюдження в електронному та друкованому вигляді у 950 бібліотек України через Мережу пунктів доступу громадян до офіційної інформації (членом якої є ФПУ) та до: вищих органів державної влади, обласних облдержадміністрацій, спеціалізованих навчальних закладів і у президентські бібліотеки за кордоном. Наразі підготовлені матеріали використовуються Інститутом законодавства Верховної Ради України, Комітетом з питань освіти і науки Верховної Ради України, Національним інститутом стратегічних досліджень та ін. установами у науково-дослідній роботі та при підготовці аналітичних записок для вищого керівництва держави.

Таким чином, формування інформаційно-бібліографічного бюлетеня «Україна у відгуках зарубіжної преси», що передбачає застосування мережевих практик збору і обробки актуальної інформації

про події, що відбуваються в Україні, з подальшим її представленням через сучасні інтернет-технології, дозволяє розширити коло користувачів, задовольнити інформаційні потреби і реалізацію прав громадян, органів державної влади, органів місцевого самоврядування, організацій, громадських об'єднань на основі формування і забезпечення інформаційної взаємодії в площині використання інформаційних ресурсів та дистантних форм доступу до них.

Список використаних джерел

1. Горовий В.М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського; наук. ред. Л.А. Дубровіна. Київ, 2010. 360 с.

2. Удовик В.Н. Информационно-аналитическая деятельность Фонда Президентов Украины НБУВ // Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования, тенденции развития. 2008. Вип. 6. С. 122–131.

3. Україна у відгуках зарубіжної преси. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=114&Itemid=452 (дата звернення: 03.02.2019).

Саломова Малика

Бухарский инженерно-технологический институт

Бухара, Узбекистан

ЛЮБОВЬ К ЛИТЕРАТУРЕ ВЕДЕТ К СОВЕРШЕНСТВУ

Статья посвящена рассмотрению литературы, которая играет роль и помогает в формировании у молодежи общечеловеческих качеств. Отмечается роль литературы в становлении и формировании гармонично развитой личности. Подчеркивается, что эффективным средством познания мира человеком является искусство.

Ключевые слова: *ценность, культура, самосознание, искусство, традиция, творчество, развитие.*

The article is devoted to the consideration of literature, which plays a role and helps in the formation of universal human qualities among young people. Role literature in the formation and formation of a harmoniously developed personality is noted. It is emphasized that art is an effective means of knowing the world.

Keywords: *value, culture, self-consciousness, art, tradition, creativity, development.*

Молодежь является ценностным приоритетом для любого государства. Идея воспитания гармоничной, всесторонне развитой личности отражает постоянное стремление человека к овладению достижениями как национальной, так и общечеловеческой мировой культуры, к духовно-нравственному и физическому совершенству. Это идея является основополагающей, направляющей на непрерывное и непосредственное развитие и обогащение духовности.

Духовные ценности, в отличие от материальных, имеют долгий путь созидания. Одой из духовных ценностей является литература, которая играет роль и помогает в формировании у молодежи общечеловеческих качеств и принципов, в становлении и обогащении духовного и национального самосознания и самооценки.

Древняя истина гласит: «*Arslonga, vita – brevis*» - «Жизнь коротка, искусство – вечно». Рассмотрим в философском аспекте понятия искусства как одной из важнейших сфер человеческой культуры, без которой невозможно представить жизнь людей. Искусство – это вид духовного творчества, форма освоения объективной действительности человеком, имеющая целью формирование и развитие его способности преобразовывать окружающий его мир и самого себя по законам красоты. Искусство способно удовлетворять потребность человека воспринимать окружающую действительность в развитых формах человеческой чувственности.

Искусство в широком смысле представляет собой систему, включающую в себя наряду с произведениями искусства процесс их создания и потребления. Трудно переоценить приоритетное и главенствующее значение художественной литературы в формировании и укреплении у молодежи духовных и творческих начал в процессе восприятия как материального, так и идеального мира. Литература – письменная форма искусства слова. Являясь наиболее аналитическим из всех видов искусства, при помощи слова она создает то, что называется художественной действительностью, в которую можно окунуться и получить великое наслаждение. Классическая литература любой эпохи формирует личность в ее становлении человеком с прекрасными началами, чистыми помыслами большими идеями, выявляя зачатки как «идеального», «духовного» и в то же время «эстетического».

Непосредственная роль литературы в становлении и формировании гармонично развитой личности неопределима. Искусство нельзя измерить непосредственной пользой. Так, культура, традиции, быт и обычаи отражаются в творчестве писателей и поэтов всей истории развития

человечества – как зарубежных, так и узбекских – А. Навои, З. Бабура, А. Пушкина, М. Лермонтова, Гёте, Байрона, Шекспира и многих других.

Настоящая литература – это не просто набор произведений, а материализованная в форме книг жизнь человеческой души, духовная память народа, история всего человечества. Именно поэтому великие художественные произведения, созданные в прошлом, способствуют нравственному, духовному, эстетическому развитию молодежи. Читая и осмысливая художественное произведение, можно найти ответы на вопросы нашей духовной жизни, которая, как известно, не может существовать вне национально-культурной традиции.

Так, например, о роли литературы в жизни каждой личности и каждого «человека разумного» рассуждали великие гении, ученые умы XIX и XX веков. Например, Чарльз Дарвин говорил: «До тридцатилетнего возраста или даже позднее мне доставляла большое удовольствие всякого рода поэзия, например, произведения Мильтона, Грея, Байрона, Водсворта, Кольдриджа и Шелли, и еще в школьные годы я с огромным наслаждением читал Шекспира, особенно его исторические драмы».

Литература все внимательнее всматривается не в одежду и поступки, не в социальное положение и гражданские обязанности, а в душу человека, в мир его чувств. Как мы уже говорили, искусство является эффективным средством познания мира человеком. В этом отношении произведения искусства, особенно художественная литература, являются незаменимым источником информации о сложных процессах целых периодов человеческой истории. Ведь молодежь воспитывается на ценностных началах, духовных устоях прадедов, дедов и отцов.

Так, в образах героев во всех произведениях зарубежной и национальной литературы всегда выявляются общечеловеческие начала, ценностные ориентации личности, а явления действительности выступают

во всем своем многообразии. Знание зарубежной и национальной литературы позволяет молодежи независимо от широкого спектра ее познаний представить приоритетное место литературы в общем контексте культуры, проследить те ее достижения и традиции, которые сыграли основополагающую роль в сохранении и развитии духовного облика каждой народности и оказали и будут оказывать влияние на мировую культуру.

Таким образом, художественное, эстетическое познание окружающего нас материального мира воспитывает у нас, у молодежи, любовь к традициям, обычаям, которые формировались веками и в настоящее время являются достоянием каждой народности и каждого народа.

Список использованных источников

1. Каримов Ислам. Высокая духовность – непобедимая сила. Ташкент, 2008.
2. Дарвин Ч. Автобиография: Воспоминания о развитии моего ума и характера. Дневник работы и жизни. Пер. с англ. 1957. 252 с.

Марина Шевченко

Харківська державна академія культури,

Харків, Україна

ОЦИФРУВАННЯ ФОНДІВ ЯК НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК У СУЧАСНОМУ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Розглядається роль бібліотек у сучасному соціокомунікаційному просторі. Встановлено пріоритетний напрям діяльності бібліотек України – збереження історико-культурного надбання.

Ключові слова: бібліотеки, соціокомунікаційний простір, оцифрування, історико-культурна спадщина.

Рассматривается роль библиотек в современном социокоммуникационном пространстве. Установлено приоритетное направление деятельности библиотек Украины – сохранение историко-культурного наследия.

Ключевые слова: библиотеки, социокоммуникационное пространство, оцифровка, историко-культурное наследие.

The current study investigates the role of libraries in the modern socio-communicative space. Priority activities for libraries of Ukraine is identified. The library's primary task is to preserve Ukrainian historical and cultural heritage.

Keywords: libraries, socio-communicative space, digitization, historical and cultural heritage.

У науковій вітчизняній та зарубіжній літературі існує велика кількість публікацій, присвячених розкриттю сутності бібліотеки як соціального інституту, трансформації функцій та завдань у сучасному соціокомунікаційному просторі. Бібліотеки завжди відігравали важливу роль у розвитку суспільства, оскільки основними напрямками їхньої діяльності було збирання, зберігання та надання у доступ найрізноманітніших документів. Стосовно цього, влучно відмітив С. Гарагуля, що чільними функціями бібліотек протягом усього періоду їхнього існування була комунікаційна та інформаційна діяльність,

спрямована на налагодження зворотного зв'язку з користувачем, вивчення та задоволення його потреб [2].

Згідно з Законом України «Про бібліотеки та бібліотечну справу», «бібліотека — інформаційний, культурний, освітній заклад (установа, організація) або структурний підрозділ, що має упорядкований фонд документів, доступ до інших джерел інформації та головним завданням якого є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів бібліотеки» [5].

Важливо відмітити, що на бібліотеку мають безпосередній вплив зміни, що відбуваються сьогодні у суспільстві: активний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, формування єдиного інформаційного простору, створення глобальних систем соціальних комунікацій, масштабне запровадження цифрового середовища тощо. В добу таких кардинальних змін бібліотеки, які посідають специфічне місце у соціокомунікаційному просторі, мають швидко адаптуватися, змінюючи та модифікуючи деякі напрями своєї діяльності, щоб максимально повно відповідати вимогам сучасного інформаційного суспільства.

Н. Асауляк виокремлює такі основні напрями, за якими відбувається еволюція інформаційної діяльності бібліотек з появою нових можливостей інформаційно-комунікаційних технологій:

- розвиток онлайн-ових (віддалених) форм обслуговування читачів/користувачів бібліотеки;
- формування власних електронних інформаційних ресурсів: створення електронних бібліотек та архівів відкритого доступу;
- глобалізація бібліотечних інформаційних ресурсів та кооперативна робота бібліотек [1].

Серед широкого спектру різноманітних напрямів діяльності бібліотек як соціальних інституцій у сучасному інформаційному

середовищі, слід акцентувати увагу на одному з них— збереженні та використанні документів, що є пам'ятками історії та культури. У сучасних соціально-економічних та політичних умовах спостерігається зростаючий інтерес суспільства до історичної пам'яті та культурних надбань нашої держави.

У Законі України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» [6] зазначено, що культурні цінності — це об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення і підлягають збереженню, відтворенню та охороні відповідно до законодавства України. До таких культурних цінностей відносяться: оригінальні художні твори живопису, графіки; предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства та держави, історією науки і культури, а також такі, що стосуються життя та діяльності видатних діячів держави, політичних партій, громадських і релігійних організацій, науки, культури та мистецтва; старовинні книги й інші видання, що становлять історичну, художню, наукову та літературну цінність, окремо або в колекції; манускрипти та інкунабули, стародруки, архівні документи, включаючи кіно-, фото- і фонодокументи, окремо чи в колекції; рідкісні поштові марки, інші філателістичні матеріали, окремо або в колекції; рідкісні монети, ордени, медалі, печатки та інші предмети колекціонування [6]. І це далеко не вичерпний перелік документів, що зберігаються у фондах бібліотек України та потребують оцифрування.

Інколи ця діяльність бібліотек посувається на другий план, оскільки вважається, що притаманною вона є для інших соціальних інституцій (архівів та музеїв), які безпосередньо займаються збереженням історико-культурних цінностей. Але, бібліотеки як важливі соціальні та просвітницькі заклади покликані активно впливати на стан та розвиток культури, освіти та самоосвіти населення. «Саме бібліотека є одним з

найважливіших інструментів у формуванні громадянської свідомості в інформаційному суспільстві. Вона є науковою та культурною установою, що орієнтується на запити та потреби користувачів, а також має незаперечний вплив на процеси навчання, викладання і формування активної громадянської позиції» [4, 228].

З активним розвитком та використанням інформаційних і комп'ютерних технологій велика роль у бібліотечній практиці надається створенню цифрових колекцій історико-культурної спадщини. Це надає більші можливості щодо надійного впорядкування культурної спадщини відповідно до вимог сучасного інформаційного суспільства, забезпечення широкому колу споживачів доступу до історико-культурної спадщини, задовольняючи їхні наукові, освітні та інші інформаційні запити; збереження та передачі культурного надбання нашої держави майбутнім поколінням.

Фонди бібліотек України характерні наявністю рідкісних та цінних, унікальних у своєму роді документів. Наведемо декілька прикладів цифрових проектів, які реалізуються бібліотеками України: Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського генерує «Цифрову бібліотеку історико-культурної спадщини» — потужний ресурс, який надає зручний доступ до оцифрованих матеріалів із фондів цієї бібліотеки (книги, стародруки, газети, карти, ноти тощо); Одеська національна наукова бібліотека в своїх фондах має унікальну колекцію вітчизняних та зарубіжних гравюр XVI–XX ст., на основі якій було створено дивовижний проект «Старовинна гравюра — культурна спадщина України»; Рівненська ОУНБ представляє цифрові колекції, присвячені художнику та іконописцю Рівненщини О. Р. Лаворику, рівненському художнику В. Гвоздинському, котрі розкривають мистецьке багатство регіону, що може бути визнано дійсно національним надбанням держави;

спільний проект компанії «Цифрова країна» та Центральної наукової бібліотеки ХНУ ім. В. Н. Каразіна «Електронний архів періодичних видань «Back2News», за підтримки Українського культурного фонду, теж можна вважати унікальним. Він надає читачам необмежений безплатний доступ до періодики, що видавалася в Україні (кін. XIX ст. — поч. XX ст.).

Наведені приклади свідчать, що бібліотеки мають величезний досвідз оцифрування фондів та створення цифрових колекцій історико-культурної спадщини, що сприяє зростанню національної самосвідомості, піднесенню почуття гордості за історію й культуру України. Не даремно, у «Кодексі етики бібліотекаря», затвердженому конференцією Української бібліотечної асоціації 26 листопада 2013 р., у розділі «Відповідальність щодо особистості й суспільства» підкреслено: «...ми зберігаємо та поповнюємо духовні цінності народу України, сприяємо розвиткові національних культур; ми сприяємо покращанню добробуту, соціальному, культурному та економічному процвітанню особи та суспільства...» [3].

Підсумовуючи, можна зазначити, що бібліотеки в сучасному соціокомунікаційному просторі трансформуються, перетворюються зі збирачів документів у комунікаційних посередників. Зростає їхня місія у збереженні історико-культурної спадщини народу. Це особливо важливо в епоху активного поширення інформаційних технологій, коли можна помітити знецінення історії та культури. Саме бібліотекам як соціальним інституціям відводиться чільне місце в історико-культурному розвитку суспільства. Збереження та поширення історико-культурного надбання стає пріоритетним завданням бібліотек у сучасному комунікаційному просторі.

Список використаних джерел

1. Асауляк Н. Інформаційні технології в бібліотеці // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації

: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 24-25 березня 2016 р. / М-во освіти і науки України, Одес. облрада, Одес. обл. універс. наук. б-каім. М. Грушевського, Одес. нац. політехн. ун-т. Дніпропетровськ, 2016. С. 259–263.

2. Гарагуля С. Бібліотека в інформаційному суспільстві: орієнтація на користувача // Бібліотечний вісник. 2014. № 6. С. 17–23.

3. Кодекс етики бібліотекаря. URL: <https://ula.org.ua/252-dokumenti/dokumenti-uba/2504-468-kodeks-etiki-bibliotekarya-nova-redakciya> (дата звернення: 12.02.2019).

4. Присяжна Л. Роль сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій у контексті розвитку бібліотек // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2011. Вип. 30. С. 228–236.

5. Про бібліотеки та бібліотечну справу : Закон України від 27 січ. 1995 р. № 32/95–ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 10.02.2019).

6. Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей : Закон України від 21 верес. 1999 р. № 1068-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1068-14> (дата звернення: 10.02.2019).

Валентина Стекольщикова

Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика

Миколаїв, Україна

ІНФОГРАФІЧНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СУЧАСНОГО МЕДІАТЕКСТУ У ЖУРНАЛІСТСЬКОМУ РОЗСЛІДУВАННІ

У статті розглянуто особливості інфографіки як альтернативного способу візуалізації інформації у розрізі ефективності впливу та рецепції.

Актуальність дослідження зумовлена зростаючою роллю впливу мас-медійної комунікації на свідомість суспільства в розрізі аналітичного медіатексту і недостатньою вивченістю рівня ефективності інфографічних компонентів у розслідувальних матеріалах.

Ключові слова: інфографіка, візуалізаційні технології, впливовенність, журналістське розслідування, ефективна рецепція.

В статье рассмотрены особенности инфографики как альтернативного способа визуализации информации в разрезе эффективности воздействия и рецепции.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью влияния масс-медийной коммуникации на сознание общества в разрезе аналитического медиатекста и недостаточной изученностью уровня эффективности инфографических компонентов в исследовательских публикациях.

Ключевые слова: инфографика, визуализационные технологии, влияние на генном уровне, журналистское расследование, эффективная рецепция.

In the paper the features of infographics as an alternative way to visualize the information in terms of impact and reception effectiveness are considered.

The relevance of the research is in the growing role of the influence of massmedia communication on the consciousness of society in the context of analytical mediatext and lack of knowledge of efficiency level of infographics components in investigative materials.

Keywords: infographics, imaging technologies, influenceability, journalistic investigation, effective reception.

Журналістське розслідування це найвищий ступінь майстерності та професіоналізму журналіста. Будь-яка із форм розслідування повинна мати суттєву цінність та значне соціальне значення.

Інструментарій та стратегічні тактики журналістського розслідування схарактеризовані в працях О. Глушка, А. Колесниченка, Ж. Мурікана, С. Распопової, В. Радчика, О. Тертичного, Дж. Уиллмена, Н. Яблоновської.

Найбільш впливовими в композиційному плані є комбіновані розслідувальні матеріали, які поєднують текстові елементи, інфографічне вкращення, зображальний контент. Саме такі компоненти на сторінках різних медіа поживляють фактаж, надають публікації динамічності, привертають увагу читача до цифрової статистики.

У мові ЗМІ для позначення поняття, компонованого з англійських слів *information* (інформація) *graphics* (графіки), використовуються терміни: інфографіка – вид образотворчого мистецтва, що використовується зокрема для візуалізації інформації у ЗМІ; інфографіка – конкретний продукт [6, 190]. Такі визначення підтримують відомі дослідники: Е. Тафті, С. Ф'ю, Б. Фрай, А. Каїро, Ж. Берті та інші.

Мас-медіа є головними каналами поширення розслідувальних матеріалів у суспільстві, і знакова система подачі матеріалів є пріоритетною порівняно з текстовою при кодуванні інформації.

У класифікації науковцями виділяються такі інфографічні групи: графіки (лінійні графіки, графіки розсіювання), порівняння (стовпчикові, брускові діаграми, гістограма, секторальна діаграма розірваних секторів, діаграма-площадка, кільцева діаграма, фігурні діаграми (граф і дерево, ментальна карта, формалізована структурна діаграма, діаграма Венна / Ейлера, пласке дерево), діаграми візуалізації кейсів (формалізована блок-схема, неформалізована блок-схема, діаграма Сенкі), матриці (таблиця,

календар), діаграми (часова шкала, діаграма Ганта), карти (географічні карти, фотографічні, подорожні карти, тематичні карти, картограма, архітектурний план, схема маршрутів громадського транспорту, карта погоди), діаграми зв'язків (кругова діаграма зв'язків, лінійна діаграма зв'язків, зв'язки на карті, дендрограма), ілюстрації (рисунок, комікс, дидактична схема, ізотайп). Крім того, виділяємо наукову візуалізацію, технічну ілюстрацію, статистичні графіки[6, 188].

Спираючись на науково-методологічну базу, а також на практичне застосування фотографії у розслідувальних матеріалах, запропоновано такий концепт поділу фотожанрів. Зокрема досліджено та виділено такі групи і підгрупи системи класифікації: за вираженням: від мистецтва (портрет, натюрморт, зарисовка, репродукція); від журналістики (репортаж, кореспонденція, коментар, колаж). За композиційною сутністю: одиничні (портрет, коментар); багато кадрові (лонгріди, сторітелінг, репортаж, кореспонденція, серія) та ситуативні (колаж, кореспонденція); за способом подачі інформації: інформативні, звинувачення, асоціативні.

Сприйняття комплексно оформленої інформації на медіаплатформах ефективніше коли: велика за розміром ілюстрація привертає увагу середньостатистичного реципієнта і мотивує до прочитання тексту загалом. Наявність різножанрових інфографічних елементів сприяє збільшенню зацікавленості матеріалом і сприяє зацікавленню читацької активності.

Таким чином, фотоілюстративні матеріали та тематично предметні багатовимірні графіки концентрують увагу, допомагаючи читачам осмислити розслідувальний текст [6, 191].

Більшість новітніх медіа, так і принт-видань, насичують статті, репортажі, лонгріди різноманітною інформаційною графікою. Домінують на сьогодні усі різновиди діаграм, що являють собою графічні зіставлення

статистичних даних у динаміці. Вони є якісним та дієвим фактором, що полегшує сприйняття цифрових даних у інвестиційних публікаціях, пов'язаних з економічною, фінансовою, політичною, соціальною сферами. Проте, подекуди діаграмі не потрібен супроводжувальний текст, оскільки подана порівняльна статистика має самостійний та наочний характер. І, відповідно, реципієнт розслідувальної публікації вже не потребує аналітичного та аргументаційного роз'яснення від інвестора. На сьогодні на медіа платформах використовують різноманітні види наочності.

Як зазначає ряд дослідників, осмислення світу, який ми сприймаємо візуально, відбувається такими шляхами:

- сприйняття подібності (наприклад, фотографії);
- причинно-наслідкові чи логічні зв'язки (коли ми бачимо дим, то розуміємо, що там має бути й вогонь);
- конвенція (узгодженість для об'єктів, що має символічне значення).
- позначення (як, наприклад, усмішка означає задоволення).

Семіотика – наука про знаки і знакові системи – допомагає зрозуміти процес сприйняття і осмислення візуальних явищ.

Ч. Пірс розрізняє три типи знаків: зображення, покажчики і символи. Зображення – це знак, який повністю відбиває предмет або має близьку подібність із ним, їх легко інтерпретувати [3, 145].

Метод створення інфографіки достатньо специфічний, оскільки вимагає від інвестора об'єднання зусиль журналіста, який надає відомості, і дизайнера, який ці відомості візуалізує. Будь-яке зображення – від таблиць до графіки – являє собою інтерпретацію ідей чи даних. При створенні інфографіки необхідне вміння подавати факти таким чином, щоб читач сам їх інтерпретував, робив висновки самостійно. Крім того, актуалізувати сутність інформації, яка міститься в інфографіці, за

допомогою різноманітних акцентів, щоб ініціювати цю інтерпретаційну діяльність, підштовхнути читача до певних висновків.

Інфографіка у лонгріди чи статті – це професійна журналістська робота, яка вимагає гарно скоординованої командної взаємодії, навичок збору інформації, обробки і аналізу даних. Це універсальний засіб передання соціально- значущої цікавої інформації. Вона може однаково добре працювати у висвітленні воєнних конфліктів, «гарячих», економічних, політичних, соціальних розслідувань [7, 87].

В предмет відображення інфографіки, як і журналістського розслідування, входять всі значимі явища дійсності – людина, група людей, спільнота, різноманітні сфери і аспекти дійсності, світ, навколишня природа. Предметом відображення можуть бути подія, процес, ситуація [4, 7].

Будь-який інвестиційний твір має концепцію. Вона демонструє єдність цілі і об'єкта відображення так, щоб віднайшлася і могла бути донесена до свідомості аудиторії приховану сутність відображуваного явища. На думку В. В. Уцьонової, побудова концепції – найбільш відповідальний, вузловий, кульмінаційний момент створення будь якого розслідування. Комплексна інфографіка у ЖР, може складатися з декількох сюжетів, які концептуально пов'язані між собою. В цьому випадку важливим фактором є композиція. В ній мають бути чітко визначені головні і другорядні сюжети і елементи, вона має мати чітку логіку і структуру [5, 92].

На прикладах інфографікина порталі журналістських розслідувань Nikcenter.org можна виділити її основний жанровий спектр. Вона застосовується в якості графічних конструкцій в матеріалах про земельні справи, надзвичайні події, порівняльні характеристики в певних сферах

господарства, політики, економіки, які мають достатньо високу актуальність, помітність і соціальну значущість [8].

Інфографікув розслідувальних текстах, провівши моніторинг публікацій, можна класифікувати так [2, 27]:

- за кількістю складників
 - * елементарна (простий графік, таблиця, карта, діаграма, схема);
 - * складна (складні комбінації ілюстративних і графічних зображень).
- за якістю образів
 - * дослівна (використання реалістичних образів);
 - * метафорична (візуалізація даних з використанням асоціацій, шаржів, мемів).
- за характером даних
 - * енциклопедична (дані теоретичних досліджень);
 - * репортажна (дані практичних досліджень, спостережень, опитувань).
- за кінетичними характеристиками
 - * традиційна (статична);
 - * мультимедійна (інтерактивна).

Дослідники пропонують, а практичні розвідки розслідувальних матеріалів доводять, що існує 3 класи ефективної інфографіки у інвестиційному матеріалі:

1. роз'яснення (інфографіка схематично відображає процеси, явища, візуалізує причинно-наслідкові зв'язки);
2. презентація інформації (інфографіка презентує дані, найчастіше цифриту залежності, що доступні розумінню аудиторії);
3. ілюстрації (інфографіка супроводжує текст, ілюструє його, доповнює образами) [1, 195].

На останок зазначимо, щоб інформацію сприйняли і правильно інтерпретували, інфографічна ілюстрація повинна мати такі характеристики: змістовність (інфографіка повинна містити цінну інформацію); смисл (інфографіка повинна бути релевантною і адекватною контексту повідомлення); легко сприйматися; алегоричність (інфографіка повинна будуватися на відомих реципієнту образах, що візуалізовані цікаво та несподівано).

Отже, загалом перспективи розвитку інфографіки в Україні, як і в усьому інформаційному світі дуже динамічні. Адже матеріали, зокрема розслідувальні, з інфографікою сприймаються набагато краще. Інфографічні інструменти полегшують засвоєння інформації. Візуалізована інформація є незамінною тоді, коли треба доступно розповісти про економічну ситуацію, представити статистичні дані чи політичні рейтинги.

Список використаних джерел

1. Бузинова А.А. Инфографика в визуальных PR-текстах: типология, приемы проектирования. *Вестник СПб ГУ. Сер.9.* 2014. Вып. 2. С. 189–199.
2. Журналистское расследование: история метода и современная практика / под ред. А.Д. Константинова. Санкт-Петербург: «Нева», 2001. 383 с.
3. Квіт С Масові комунікації. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
4. Тертичний А.А. Расследовательская журналистика. Москва: Аспект Пресс, 2002. 384 с.
5. Ученова В.В. Гносеологические проблемы публицистики. Москва : МГУ, 1971. 148 с.
6. Цуканова Г. Візуальний ряд у газеті «Коммерсантъ». *Ученые записки Таврического национального университета В. Вернадского. Серия*

«Філологія. Соціальні комунікації». Сімферополь, 2009. № 4 (частина I). С. 188–193.

7 Швед Оксана. Інфографіка як засіб візуалізаційної комунікації в сучасній журналістиці. *Гуманітарна освіта у вищих навчальних закладах*. Київ, 2014. № 30. С. 305–312.

8. <http://nikcenter.org>.

Марія Якубовська,

Олена Татакі

Одеський національний політехнічний університет,

Одеса, Україна

ІСТОРИЧНА ТЕМАТИКА В ГАЗЕТИ «ЧОРНОМОРСЬКІ НОВИНИ»: МОНІТОРИНГ МАТЕРІАЛІВ

У статті здійснено моніторинг регіональної газети «Чорноморські новини» на предмет висвітлення в ній публікацій на історичну тематику. Матеріали систематизовано, укладено в групи. Зроблено висновки про їх доцільність, актуальність, жанрову специфіку, журналістську якість тощо.

Ключові слова: регіональне видання, газета, публікація, тематика, моніторинг.

В статье осуществлен мониторинг региональной газеты «Черноморские новости» на предмет освещения в ней публикаций на историческую тематику. Материалы систематизированы, укомплектованы в группы. Сделаны выводы об их целесообразности, актуальности, жанровой специфике, журналистском качестве и тому подобное.

Ключевые слова: региональное издание, газета, публикация, тематика, мониторинг.

The following article is about monitoring of the regional newspaper «Chornomorski novyny» with a special emphasis on historical theme in its publications. Materials are systemized, separated into groups. Conclusions are made about their practicability, topicality, genre specifics, journalist quality and etc.

Keywords: regional publication, newspaper, publication, topic, monitoring.

Сучасні газети і журнали вряди-годи висвітлюють питання, пов'язані з минулим нашого народу. Це правильна позиція: слід час від часу торкатися вразливих сторін історії, яка завжди була складною і неоднозначною. У цьому – внесок газет у формування національної

ідентичності, що є дуже важливим для формування духовного обличчя народу. Д. Десятов у національній ідентичності виокремлює «національно-історичний рівень (він передбачає усвідомлення єдності нації, ставлення до нації та її культури, уявлення про історію і т. ін., що значною мірою визначає суспільну та політичну свідомість) і формально-практичний (відбувається практичне перетворення національних ідей, формується громадянська позиція, система відносин на міжнародній арені тощо)» [3, с. 16]. Усе це, зрештою, формує національну свідомість народу.

У цих процесах роль ЗМІ дуже важлива, тож аналіз їх діяльності у цьому сенсі слід час від часу здійснювати.

Вирішено було провести моніторинг газети «Чорноморські новини» щодо висвітлення цих питань. Вибір видання не випадковий: не так багато україномовних видань в одеському регіоні, які цілеспрямовано сповідують ідеї захисту української державності та системно пишуть про історичне та сучасне життя регіону й України. На предмет матеріалів з історичною спрямованістю було відібрано 26 публікацій.

Громадсько-політична газета «Чорноморські новини», найстаріша на Одещині й одна з найстаріших в Україні, виходить із 19 липня 1917 року. За 100 років існування газета змінювала назви та засновників, але ніколи не припиняла виходу. У 1918-му році друкувалася навіть французькою мовою. З 1929 р. виходить виключно українською. Внесок колективу редакції в героїчну оборону Одеси в часи Другої світової відзначено медаллю «За оборону Одеси» (1942), а професійні досягнення – орденом «Знак Пошани» (1967). У період великого терору, у 1937-1938 рр., репресували та розстріляли трьох редакторів газети: Юхима Дубова, Івана Ісаєва та Костянтина Кожала [6].

24 серпня 1991 р. колектив газети ухвалив принципове рішення про перетворення з органу обкому компартії на обласну громадсько-політичну

газету. Тоді ж були проголошені основні програмні принципи діяльності видання: утвердження української державності, відродження національної пам'яті, української мови і культури, відстоювання громадянських прав. Цих засад газета неухильно дотримується і до сьогодні. Із 1 січня 1992 р. вона виходить під назвою «Чорноморські новини» [6].

На сайті газети читаємо: «Історія нашого часопису – віддзеркалення дуже складного й неоднозначного відтинку часу, позначеного трагічними і героїчними, чорними і світлими подіями в долі українського народу. Газета, яка в різні періоди виходила під різними назвами, була учасником і літописцем тих подій. Сьогоднішня «Чорноморка» продовжує писати історію нашої країни і нашого краю – новітню історію, яка твориться сучасниками. Свобода слова, пошана до закону і відповідальність перед майбутніми поколіннями – ось основні дороговкази, на які орієнтується нинішній колектив єдиної обласної української газети Одещини»[6].

Серед основних тематичних сторінок газети – «Держава. Суспільство. Людина», «Економіка. Політика. Право», «Історія. Культура. Традиції», «О слово рідне!»... Під окремими постійними рубриками ведуться теми: земельна і медична реформи, децентралізація, соціальний захист населення, питання енергоощадності, охорони довкілля тощо. Розмаїття думок і поглядів на ту чи іншу проблему представляють рубрики: «Прошу слова», «Точка зору», «Ракурс», «Резонанс», «Політична палітра», «Міжнародні паралелі». На сторінках «Чорноморських новин» регулярно з'являються нові творчі доробки поетів і прозаїків Одещини (рубрики «Література рідного краю», «З поетичного блокнота»). Багато уваги приділяється культурним та освітнім темам. Це є запорукою гармонійного розвитку духовного, освіченого громадянина, а відтак і всього суспільства [6].

У колективі працює четверо заслужених журналістів України (Роман Кракалія, Іван Мельник, Оксана Поліщук та Ольга Сіра), лауреат літературної премії ім. С. Олійника (Роман Кракалія) та лауреат премії у галузі публіцистики ім. М. О. Посмітного (Олександр Небогатов).

У різні роки в редакції працювали Степан Олійник, Іван Микитенко, Степан Ковганюк, Святослав Караванський, Андрій Недзвідський, Володимир Базилевський тощо. Дев'ятеро журналістів «Чорноморки» в різні роки були удостоєні звання «Заслужений журналіст України».

Нині газету очолює Іван Володимирович Мельник, Заслужений журналіст України, випускник факультету журналістики Львівського університету імені Івана Франка, оглядач з питань держави і права.

Газета вирізняється своєю незалежною позицією і прямолінійною національною спрямованістю.

У 2010 році у відповідь на утиски газети з боку влади виник громадський рух на підтримку газети «Спілка читачів». Учасники цього руху, коли «Чорноморські новини» було позбавлено бюджетного фінансування і водночас можливості отримати статус незалежного видання, розгорнули діяльність, спрямовану на надання матеріальної підтримки, на збільшення числа передплатників. Вони протестували проти дискримінаційного ставлення до єдиного обласного україномовного друкованого ЗМІ Одещини з незалежною демократичною і патріотичною позицією, який намагався об'єктивно висвітлювати життя.

2017 року газета відзначила 100-літній ювілей з моменту виходу першого номера. «Наша історія – відображенняд уже складного і неоднозначного часу, позначеного трагічними і героїчними, чорними і світлими подіями в долі українського народу. Газета, яка в різні періоди виходила під різними назвами, була учасником і літописцем тих подій. Сьогоднішня «Чорноморка» продовжує писати історію нашої країни і

нашого краю – новітню історію, яка твориться сучасниками. Свобода слова, повага до закону і відповідальність перед майбутніми поколіннями – ось основні показники, на які орієнтується нинішній колектив газети»[6], – зазначили в редакції.

Отже, зупинимось безпосередньо на аналізі публікацій на історичну тематику на шпальтах газети за 2017 рік. Саме статей та новин, у яких порушується тема історії Одеси, Одеси в рамках України та України в цілому як держави виявилось не так багато – лише 26. Якщо врахувати, що «Чорноморські новини» – це не лише щотижневик, усього за рік було видано 119 номерів. Отже, історична тема порушувалася в одному матеріалі на кожні 4-5 номери. Але на практиці з'ясувалося, що ситуація зовсім протилежна. Приблизно в кожному п'ятому номері насправді були такі матеріали. Деякі з них лише поверхово висвітлювали цю тему. Такі номери могли містити від 1 до 4 історичних матеріалів.

Говорячи конкретно про Одесу в журналістських текстах, більшість публікацій газети історичні відомості використовували лише в якості бекграунду. На кшталт «До речі в **** році Одеса...» одним або максимум двома реченнями.

Нами було зроблено деякий умовний поділ матеріалів за підтемами:

- історія Одеси;
- історія України;
- Одеса в світі;
- Україна в світі.

Отже, проаналізуємо детальніше більш детально кожен з підтем, названих вище.

1. Історія Одеси.

Як було вже сказано раніше, історичні відомості лежать лише на поверхні матеріалів. Стосовно історії Одещини нами було виокремлено

лише 9 матеріалів, що становить 34% всіх тематичних матеріалів. 3 новини, 1 репортаж та 4 тексти об'єднані однією рубрикою «Записки». Щодо останніх, то це підбірка есе одного автора, у репортажному стилі, повністю суб'єктивні, що не зовсім можна назвати журналістським текстом, скоріше публіцистичним з характерною літературністю.

Історію Одещини в матеріалах «Чорноморських новин» добре видно на прикладі статті Олега Владимірського від 23 березня 2017 року, яка написана у публіцистичному стилі, з деяким використання елементів наукового:

«17 березня 1917 року з ініціативи «Товариства українських поступовців» політичні партії, військовики, духовенство, представники громадських та культурних організацій оголосили про створення органу, який очолив національний рух, а згодом став парламентом, — Української Центральної Ради. За рік свого існування Центральній Раді вдалося створити Українську Народну Республіку, яка поклала початок формуванню української державності. Так, 19 березня 1917-го в Одесі зібралося Українське віче, яке створило Керівний комітет на чолі із суддею Сергієм Шелухиним. Разом із ще сімома одеситами Сергій Шелухин увійшов до складу Центральної Ради. Пізніше він став генеральним суддею УНР, а потім — міністром судових справ...» [2].

Тут мова йде про конкретні історичні факти, пропущені крізь авторську свідомість, чимало розлогих міркувань, розмислу. Тут має місце наочна авторська інтерпретація конкретних фактів, авторське осмислення описаних процесів.

2. Історія України.

Матеріали цієї підтеми більше торкалися безпосередньо історії. Всього нами було нараховано 13 матеріалів, що становить 50% всіх тематичних матеріалів. Тут були порушені теми Голодомору, Другої

світової війни, період розпаду Радянського Союзу, дещо про Незалежну Україну та більшість матеріалів була стосовно АТО на Сході України. Простежується використання художнього та офіційно-ділового стилю при описі подій, дещо мають місце ознаки есеїстики та публіцистики.

Як приклад, можна навести уривок із статті від 21 січня 2017 року, автора Миколи Безотосного, кандидата історичних наук, яка написана у публіцистичному стилі та стосується теми розселення народу по українських землях на початку ХХ сторіччя:

«На початку ХХ ст. український народ був одним із найчисельніших у Європі, займаючи обширну етнічну територію. На заході українці споконвічно заселяли Холмщину, Підляшшя, Берестейщину, Закарпаття. На сході український етнічний масив обіймав Дон, Кубань, доходив до Терека та Туансе. На півночі далеко вглиб Росії вдавалися всуціль українські області Стародубщини, Південної Курищини, Білгородщини та Вороніжчини. На півдні українське населення становило переважну більшість на узбережжі Азовського та Чорного морів, від Таганрога до Ізмаїла. Крім того, окремі райони з переважною більшістю українців великими клинами розташовувалися в азійській частині — за Волгою, у Приураллі, Сибіру, Приамур'ї...»[1].

Але далі розповідь про головні історичні події змінюються фактично опису ставлення українців на Українську Революцію 1917 року:

«Стрижнем, визначальним змістом Української революції 1917 року стала боротьба за досягнення величної мети — відродження української нації у всіх без винятку проявах її існування та розвитку — економічному, політичному, державотворчому, духовному...» [1].

3. Одеса у світі.

Насправді, не було великого сенсу виділяти цю підтему як окрему, адже такий матеріал виявився лише один, що становить лише 4%. Але його

не можна було віднести до жодної з інших підтем. Це стаття, в якій порівнювалися здобутки одеських академіків та науковців Одещини в період радянських часів. Стиль написання досить сухий, мало використаних художніх засобів, емоційно забарвленої лексики, через що складається думка, що це все ж документально-журналістський, а не публіцистичний текст.

Історію Одещини пропонуємо простежити через матеріал Івана Мельника від 7 жовтня 2017 року. В ньому йдеться про заснування міста Арциз та його місце в історії Європи:

«До речі, що за назва така дивна — Арциз? Мабуть, як і Татарбунари, тюркського походження?» — запитає хтось. Аж ні! Ономасти, які вивчають власні назви, історики, краєзнавці, ну і, звісно, самі арцизці добре знають, коли й чому було поіменоване так це поселення. Тим, хто не знає, нагадаю, послуговуючись інформацією з такого авторитетного видання, як Енциклопедія сучасної України (т. 1, с. 735). Дата заснування Арциза — 1816 рік, коли Бессарабія в результаті підписання Бухарестського мирного договору (травень, 1812) увійшла до складу Росії. Названий так за указом Олександра I на честь перемоги 8—9 березня 1814-го союзних військ (австрійські, баварські та російські) над наполеонівськими військами біля французького міста Арсі (Arcis). Першими ж поселенцями тут були німці із Вюртемберга.

Взагалі, історія заселення цього краю дуже цікава і, певна річ, позначилася на нинішньому складі місцевого люду. Із 54 тисяч жителів того ж Арцизького району (дані за 1999 рік) 40 відсотків — болгари, 24 — українці, 20 — росіяни. У цій багатонаціональній сім'ї не чужими почуваються і представники інших етносів: молдовани, гагаузи, білоруси, євреї, роми і всі-всі, кого самого чи його предків доля привела у Буджацький степ...» [4].

Ми бачимо, що текст рясніє датами, цифрами, назвами, різними інтерпретаціями тих чи інших назв, такий твір, звичайно, інформаційно досконалий, однак, на нашу думку, переначисений цифровою інформацією.

4. Україна у світі

Кількість матеріалів даної підтеми також невелика. Їх усього 3, що становить 12% від усіх виокремлених текстів. Про країну в них ішлося в масштабах Європи, Європейського союзу, Північноатлантичного альянсу та загалом про історію держави в межах світового економічного простору. Загалом це були новини, в яких про історію, як і в першій темі, згадувалося в бекграунді.

Підтему «Україна в світі» можна яскраво простежити на прикладі матеріалу Івана Ющука від 1 квітня 2017 року, в якому йдеться про те, як слов'янські народи й племена стали потім українською нацією:

«Як свідчать археологи й античні історики, до VI століття слов'янські племена жили на землях між Карпатами і Дніпром. Але коли сюди в середині VI століття насунули зі сходу тюркомовні кочівники-авари (у літопису їх названо відповідно до української вимови обрами), то частина слов'ян, рятуючись від поневолення, подалася на південний захід (теперішні серби, хорвати, словенці, македонці, болгары), частина — на захід (теперішні чехи, словаки, поляки, лужичани). Наші ж предки, споконвічні хлібороби, залишилися на своїй землі: нікуди не йшли і нізвідки не приходили...» [7].

Далі автор пише про історію української мови та те, як вона пережила різні занедбаня:

«Але українська мова виявилася небезпечною для колонізаторів. Ще чорнило не висохло на Переяславській угоді 1654 року про військову допомогу Московії Україні, як московський цар Олексій Михайлович в

Андрусівському договори з Польщею 1667-го про розподіл України між двома загарбниками вимагав від польського короля стосовно українських книг, щоб «все те, в которых местностях книги печатаны и их слагатели, також печатники или друкари, смертью казнены и книги собрав сожжены были и впредь чтобы крепкий заказ был бесчестных воровских книг никому с наших королевского величества подданных нигде не печатати под страхом смертной казни» [7].

Твір має виразні ознаки не тільки публіцистичного, а й науково-популярного стилів.

Після дослідження «Чорноморських новин» можемо зробити деякі висновки як щодо самої газети, так і вивчених нами матеріалів на історичну тематику:

- сайт видання не полегшує життя користувачу, а навпаки ускладнює. Аби знайти потрібні журналістські тексти, нам довелося власноруч перечитувати велику кількість матеріалів за 2017 рік у пошуках потрібних, тож пошукова система вкрай недосконала на сайті. Паперовий же варіант газети виглядає цілком пристойно;

- видання надає перевагу публіцистичним матеріалам на історичну тематику, а не власне журналістським;

- відчувається, що газета надає перевагу подіям сучасності, а не подіям минулого. Формула про те, що «без минулого немає майбутнього» тут реалізується тільки частково;

- «Чорноморські новини» в окремих випадках має ознаки неякісної преси, адже чимало текстів погано вичитані редактором або коректором, наявна велика кількість орфографічних та стилістичних помилок;

- «Чорноморські новини» є непоганою платформою для публікації історичних листів, спогадів, історичних есе та своєрідного «літопису»,

багато матеріалів тут балансують між науково-популярними й публіцистичними творами;

- як для серйозного видання, «Чорноморські новини» мають замало матеріалів на історичну тематику або порушена дана тема лише поверхово. Принаймні така статистика щодо цього в 2017 році. Ймовірно, в інші роки показники могли й бути іншими;

- найбільша перевага газети – це той факт, що вона україномовна. Українська мова у засобах масової інформації створює медіа-дискурс, із яким повсякденно, повсякчасно стикається кожний українець. Від якості цього дискурсу, констатує О. Чередниченко, «залежить, наскільки успішною буде реалізація функцій інформування, внутрідержавного спілкування та розвитку громадської думки» [5, с. 154].

- найбільше на історичну тему пишуть Іван Мельник, Аліна Паляченко, Володимир Кудlach, Ольга Сіра, Анатолій Урбанський, Ольга Філіппова, Іван Ющук тощо.

Список використаних джерел

1. Безотосний М. «Народ мійзавжди буде!..». *Чорноморські новини*. Режим доступу : <http://chornomorka.com/archive/21797-21798/a-8822.html> (дата звернення : 09.05.2018)

2. Владимирський О. Одеське поле визвольних змагань. *Чорноморські новини*. Режим доступу : <http://chornomorka.com/archive/21820/a-9114.html> (дата звернення : 01.08.2018)

3. Десятов Д. Л., Старєва А. М., Сторчак Н. А., Караульна О. М., Волос О. В. Формування національної ідентичності учнівської молоді засобами суспільствознавчих дисциплін : науково-методичні матеріали. Миколаїв : ОІППО, 2015. 94 с.

4. Мельник І. Сага про буджаків. *Чорноморські новини*. Режим доступу : <http://chornomorka.com/archive/21881/a-10016.html> (дата звернення : 01.08.2018)

5. Чередниченко О. Український медіа дискурс : проблема іншомовних впливів. *Українознавство*. 2005. № 4. С. 151–154.

6. Чорноморські новини : сайт. Режим доступу : <http://chornomorka.com/>

7. Ющук І. Право на рідну мову. *Чорноморські новини*. Режим доступу : <http://chornomorka.com/archive/21823-21824/a-9164.html> (дата звернення : 01.08.2018)

Андрій Макрушин

Вінницький державний педагогічний університет

імені Михайла Коцюбинського,

Вінниця, Україна

ЖУРНАЛ «ФУТБОЛ» У СУЧАСНОМУ СПОРТИВНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Спортивна журналістика України на сучасному етапі є досить актуальною галуззю та потребує професійного висвітлення різних видів спорту. У статті розглянуто спеціалізований спортивний журнал «Футбол» та його концептуальні особливості. Проаналізовано рубрики видання, тематику публікацій, їхні жанрові особливості й ілюстративне оформлення. Журнал публікує якісну аналітику футбольних подій, висвітлює матчі у Лізі Чемпіонів, Лізі Європи, а також робить огляди Чемпіонатів України, Англії, Німеччини, Іспанії, Франції, Італії та Росії.

Ключові слова: *медіа, спортивна журналістика, спортивний журналіст, медіапростір, журнал, футбол, чемпіонат.*

Спортивная журналистика Украины на современном этапе является весьма актуальной отраслью и требует профессионального освещения различных видов спорта. В статье рассматривается специализированный спортивный журнал «Футбол» и его концептуальные особенности. Проанализированы рубрики издания, тематика публикаций, их жанровые особенности и иллюстративное оформление. Журнал публикует качественную аналитику футбольных событий, освещает матчи в Лиге Чемпионов, Лиге Европы, а также делает обзоры чемпионатов Украины, Англии, Германии, Испании, Франции, Италии и России.

Ключевые слова: *медиа, спортивная журналистика, спортивный журналист, медианпространство, журнал, футбол, чемпионат.*

The sport journalism of Ukraine at the present stage is a very relevant branch and needs professional coverage of various sports. The article deals with the specialized sports magazine "Football" and its conceptual peculiarities. The headings of the edition, the topics of publications, their genre features and illustrative design are analyzed. The magazine publishes qualitative analytics of football events, covers matches in the Champions League, Europa League and also reviews the Championships of Ukraine, England, Germany, Spain, France, Italy and Russia.

Keywords: *media, sports journalism, sports journalist, mediaspace, concept, tournament, magazine, football, championships.*

Спортивна журналістика України на сучасному етапі є досить актуальною галуззю. Пов'язано це зі збільшенням уваги громадськості до найбільших світових змагань із будь-яких видів спорту, які потребують професійного висвітлення.

Спеціалізовані видання спортивного типу вимагають від журналістів високого рівня підготовки та обізнаності в галузі спорту. Цей вид журналістики має специфічну аудиторію, яку дослідники розділяють на три частини: фахівці, тобто люди безпосередньо зайняті у спортивній індустрії (спортсмени, тренери, спортивні чиновники, журналісти), пасивні та активні вболівальники [1, 26].

Мета статті – проаналізувати концепцію всеукраїнського спеціалізованого періодичного видання «Футбол».

Спеціалізована періодика унікальна своїми функціями. Так, П. Воронков виділяє дві функції, що є характерними для спортивної журналістики. Перша має назву «ескейпізм». Як зазначає дослідник: «Спортивна журналістика вибудовує свій, інший, відмінний від повсякденного сірого, світ, в якому править спорт. Друга – це «функція емоційної міни». Вона полягає у тому, що сприяє емоційній розрядці особистості» [2, 51].

Говорячи про спортивну журналістику, потрібно зауважити, що оперативність випуску періодичних видань цього характеру значно вища, ніж у масовій періодиці. Але, однією з найголовніших особливостей спортивної журналістики є передбачуваність і прогнозованість спортивних подій. Д. Туленков підкреслює: спортивний журналіст точно знає, про що йому потрібно буде написати через місяць чи півроку конкретного числа і місяця. Причина всьому – спортивний календар [4, 175].

Головною особливістю спортивної періодики, на відміну від масової, є не широке розмаїття інформації на різну тематику, а ґрунтовне висвітлення найголовніших подій у світі спорту. Є. Слюсаренко зазначає, що апріорним з усіх принципів розподілу для спортивних видань виступає характер інформації, що виявляється в обмеженні одним або декількома суміжними видами спорту [3, 11]. У видань, які послуговуються таким принципом вузька аудиторія. Саме тому, на ринку спортивної періодики завжди велика конкуренція, спричинена потребами чітко обмеженого кола людей, зацікавлених у отриманні достовірної інформації.

Так, станом на сьогодні в Україні найпопулярнішим видом спорту є футбол. Він приваблює і професіоналів, і любителів. Схожа ситуація склалася у спеціалізованій періодиці такого типу. Найпопулярніше спортивне видання в Україні про футбол із однойменною назвою читають професійні футболісти, разом зі спортивними журналістами, а також пасивні та активні вболівальники.

Журнал «Футбол» – одне з найавторитетніших спортивних видань в Україні. Виходить із 1996 року в Києві двічі на тиждень (понеділок, четвер) російською мовою. Спочатку журнал існував як додаток до газети «Теленеделя» і не мав головного редактора. Зараз видання має обсяг 28-30 сторінок і виходить накладом 99100 примірників у форматі А4.

«Футбол» став популярним журналом серед українських читачів спортивної періодики завдяки тому, що журналісти видання вміють проводити якісну аналітику футбольних подій. Вони описують власне український чемпіонат і провідні першості Європи. Це дуже зручно для прихильників цієї гри. Вони не обмежуються виключно інформацією про події у світі футболу, але й мають гарну можливість почути думки експертів з цього приводу. Особливістю видання є і те, що у ньому час від часу з'являються матеріали закордонних спортивних журналістів.

В. Шевченко у своїй статті «Виразність та естетичність контенту журналу» зазначає: «Контент журналу – це не лише його зміст. Форма подання інформації, кольори, місцезрештування елементів, візуальні наголоси є не менш важливими засобами передачі сутності повідомлення» [5, 314].

Такими правилами послуговується журнал «Футбол» (для аналізу взято випуски за 2017 рік). Тематика видання напряму залежить від футбольних подій, що відбуваються в країні або за її межами. Основну увагу журналісти звертають на висвітлення перебігу матчів у Лізі Чемпіонів, Лізі Європи, а також роблять огляди Чемпіонатів України, Англії, Німеччини, Іспанії, Франції, Італії та Росії. Іноді працівники звертають увагу на інші національні європейські чемпіонати. Зазвичай це робиться тоді, коли клуб-представник певної країни має грати проти якоїсь української команди (це стосується матчів у Лізі Чемпіонів та Лізі Європи).

Систематично з'являється інформація про Міжнародні товариські матчі або турніри. Журналісти подають інформацію про поєдинки відбірної кампанії до Чемпіонату Світу або Європи, а також описують фінальні частини цих змагань. Оскільки матчі Міжнародних збірних відбуваються значно рідше, ніж подібні зустрічі клубного рівня, то матеріалів такої тематики у журналі протягом року небагато.

Зазвичай на обкладинці журналу зображені футболісти або тренери (це не стосується спецвипусків), сфотографовані під час виконання своїх професійних обов'язків. Фото, розміщене на обкладинці, має стосунок до найважливішої події того періоду, про який пише журнал. Зазвичай картинка на обкладинці стосується центрального матеріалу номера, надрукованого переважно на 3-7 сторінках. Його пишуть різні журналісти видання. Також, на обкладинці вказано заголовок цього матеріалу (підпис

до фото). Назва центрального матеріалу друкується великим шрифтом знизу титульної сторінки і часто при підборі заголовку журналісти «Футболу» використовують гру слів.

Одна із назв центральної статті номера звучить так: «Яр-Ко! Но поздно» (№90. – С.1). Це стосується двох гравців збірної України, Ярмоленка і Коноплянки, які є лідерами команди. Але, ту гру, яку від них очікували, вони почали демонструвати надто пізно. Приклади оригінальних назв центральних матеріалів номера: «Такие мы видали Виды» (№84. – С.1), «Вы правы, Сеу Жозе! Но не во всём» (№38. – С.1), «Слегка попустило» (№88. – С.1).

Часто у журналі протягом 2017 року друкувались постери – художньо оформлені плакати, які використовуються для рекламних чи декоративних цілей. На постерах зображено команду або окремо взятих гравців чи тренерів. У №54 розміщено зображення команди збірної Німеччини, що пов'язано із її перемогою на Кубку Конфедерацій у Росії (№54. – С.2, 27). Картинку із Октоберфесту надруковано у №77 (№77. – С.2, 27).

На 3 сторінці журналу друкується центральний (переважно) матеріал номера у рубриці «Редакционка». Перед самим матеріалом розміщено фото головного редактора, Артема Франкова, а також його цитата, що безпосередньо пов'язана із публікацією. Так, у центральному матеріалі під назвою «В этой чертовой стране даже женщины не умеют плакать!» (№80. – С.3–9) йдеться про виїзний матч збірної України проти збірної Косово у рамках відбірної кампанії до Чемпіонату Світу 2018.

Після центрального матеріалу номера розміщуються огляди матчів, як українських, так і європейських (рідше світових). Це поєдинки Єврокубків або ж Прем'єр-ліги України (залежить від того періоду, який охоплює номер видання). Якщо в ті дні, про які йдеться у журналі були

матчі Єврокубків, то їх журналісти описують перш за все. Матч за участю української команди у європейському турнірі зазвичай описується у центральному матеріалі номера. Приклад: «Придавленные голубой луной» (№77. – С. 3–7.) – матеріал про матч між українським «Шахтарем» та англійським «Манчестер Сіті» у рамках розіграшу Ліги Чемпіонів.

Далі вже йде огляд інших поєдинків, учасниками яких є представники різних країн Європи. Матеріали такої тематики друкуються у постійних рубриках «Футболу»: «Лига чемпионов» та «Лига Европы». Зазвичай, у номері журналу можна побачити одну із цих рубрик, що пояснюється періодичністю виходу видання (про «Лігу чемпіонів» пишуть у номері, що виходить у четвер, про «Лігу Європи» – у понеділок), а також тим, що поєднання інформації в одному номері про ці два турніри та інші поєдинки, що відбувались у європейських чемпіонатах потребуватиме значно більшої кількості сторінок для друку.

Після опису матчів Єврокубків у журналі зазвичай друкують інформацію про чемпіонат України. Журналісти роблять огляд про усі матчі певного туру Прем'єр-ліги, аналізуючи поєдинки і проводячи паралелі з попередніми іграми. Такого роду матеріали друкуються у підрубриці «Прем'єр-лига» рубрики «Україна». Їх доповнюють таблицею чемпіонату, у якій вказано положення команд, а також прізвища найкращих бомбардирів турніру. Потім журналісти послідовно описують матчі. До інформації про чемпіонат України можуть додаватись ще й матеріали про національний кубок (знову ж таки залежить від футбольного календаря сезону), які друкуються у підрубриці «Кубок» тієї ж самої рубрики «Україна». Досить часто журналісти «Футболу» подають інформацію про перебіг подій у Першій лізі України, яка теж входить до цієї рубрики (підрубрика «Первая лига»).

У подібному стилі описуються матчі провідних національних першостей Європи. До цих матеріалів теж додаються таблиці із положенням команд у лізі, а також є таблиці, у яких подається коротка інформація про усі матчі відповідного туру чемпіонату. Описуючи поєдинки європейських чемпіонатів, журналісти обмежені кількістю сторінок, тому найчастіше читач може побачити повідомлення лише про матчі провідних команд чемпіонату. Коротка інформація про матчі меншого значення розміщується у спеціальній таблиці під назвою «Статистика».

Огляди матчів європейських першостей друкуються у рубриках «Испания» (підрубрики «Премьера» або «Ла-Лига», «Кубок», «Сегунда»), «Англия» («Премьер-лига», «Чемпионшип», «Кубок»), «Италия» («Серия А», «Кубок»), «Германия» («Бундеслига 1», «Кубок»), «Франция» («Лига 1», «Кубок»), «Россия» («Премьер-лига», «Кубок»). Іноді на сторінках видання можна побачити періодичні рубрики «Голландия», «Бельгия», «Турция». Це пов'язано із тим, що українські футболісти грають у чемпіонатах цих країн.

Досить часто до рубрики «Украина» додається підрубрика «Анонс», у якій журналісти пишуть про найближчі події у чемпіонаті чи кубку України. Особливість цієї підрубрики полягає в тому, що у ній є спеціальна табличка під назвою «Турнир прогнозистов», де працівники «Футболу» висловлюють свою думку щодо результатів матчів у Прем'єр-лізі чи Кубку України (вказують рахунок поєдинку).

У 2017 році в журналі стали популярними рубрики «Память» та «Интервью». Яскравий приклад першої рубрики можна побачити у №12. У цій рубриці розповідається про колишнього гравця київського «Динамо» Віктора Чанова (№12. – С. 17–23), який пішов із життя у 2017 році. Журналісти видання подають найцікавішу інформацію про всі етапи його

футбольної кар'єри, досягнення, погляди і доповнюють це маловідомими фактами із його біографії.

У рубриці «Інтерв'ю» журналісти подають інформацію про відомих гравців або тренерів сучасності чи минулого. Питання стосуються переважно кар'єри цих особистостей, а також їхньої думки щодо сучасного стану розвитку футболістів або тренерів.

Постійну рубрику видання «Телепрограма» друкують на 26 сторінці кожного номера (можливо на 28, в залежності від кількості сторінок у номері). У ній подають інформацію про найцікавіші матчі, які відбудуватимуться у найближчі дні, а також вказують ті поєдинки, що показуватимуть на телеканалах України (канали «Україна», «Футбол 1», «Футбол 2», «Sport 1», «Sport 2»). На цій же сторінці подають випускні дані, у яких вказується інформація про редакційно-видавничий колектив, а також адреса редакції і контактні телефони.

Вагому роль у концепції журналу відіграє його художнє оформлення. Майже на кожній сторінці видання можна побачити 1-2 фотографії, які стосуються певного матеріалу. Взагалі, журналісти «Футболу» свої публікації цілеспрямовано доповнюють великими за розмірами ілюстраціями, зроблені у високій якості і дуже часто передають динаміку поєдинку.

Таким чином, журнал «Футбол» набуває все більшої популярності серед читачів спортивної періодики. Його концепція є зручною для любителів футболу. У пошуках необхідної інформації допомагають постійні рубрики видання, а також ілюстрації. Матеріали журналу «Футбол» переважно є аналітичними та великі за обсягом.

Видання має великий попит серед українців не тільки змістом та оформленням номерів, але й періодичністю виходу. Поява на медійному ринку двічі на тиждень є причиною значної читабельності журналу.

Сучасна аудиторія найбільше зацікавлена в отриманні актуальної інформації, яку і подають на шпальтах видання. Це вирізняє «Футбол» з-поміж інших періодичних газет чи журналів України, більшість із яких виходять раз на тиждень.

Тематика видання, пов'язана із висвітленням подій у світі українського та європейського футболу, є популярною серед українців, що цікавляться цим видом спорту, а яскраве оформлення номерів сприяє кращому сприйняттю змісту матеріалів.

Список використаних джерел

1. Волобуєва А. М., Сидоренко Н. М., Школьна О. В. Періодичні видання Києва (1835-1917 рр.): покажчик. Київ: Темпора, 2012. Т. II-IV. 208с.
2. Воронков П. К. Спортивная журналистика как тип. Москва: Знания, 2000. 162 с.
3. Слюсаренко Е. А. Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристики: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Москва: Факультет журналистики, 2003. 192 с.
4. Туленков Д. А. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления. *Журналистика. Молодые исследователи: Межвузовский сборник работ студентов и аспирантов*. Саратов: Издательство СГУ, 2004. Вып. 3. С.175.
5. Шевченко В. Е. Виразність та естетичність контенту журналу [Електронний ресурс]. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т.56. С.314-318. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_56_61.

Олександра Демянченко

Національний університет «Одеська юридична академія»

Україна, Одеса

АДВЕРГЕЙМІНГ ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Описано визначення технології адвергеймінгу, котра наразі активно використовується для просування і популяризації комерційних та політичних об'єктів у середовищі користувачів Інтернет-мережі. Подається класифікація адвергеймінгу.

Ключові слова: адвергеймінг, онлайнний маркетинг, гейміфікація, засіб маркетингових комунікацій.

Описано определение технологии адвергейминга, которая сейчас активно используется для продвижения и популяризации коммерческих и политических объектов в среде пользователей Интернет-сети. Подается классификация адвергейминга.

Ключевые слова: адвергейминг, онлайнный маркетинг, геймификация, средство маркетинговых коммуникаций.

The definition of the technology of advergaming, which is now actively used to promote and popularize commercial and political facilities among Internet users, is described. advergaming classification is served.

Keywords: advergaming, online marketing, gamification, a means of marketing communications.

Нове тисячоліття привнесло в сучасний культурний світ новітні комп'ютерні технології та цифрові методи адаптації інформації, дозволило впроваджувати техніки flash-креативного дизайну й постмодерністської творчості в комунікативний простір суспільства, орієнтованого на «споживання», у якому важливе місце посідає інтеграція й адаптація сучасних ультрамодних тенденцій, зокрема й використання адвергеймінгу в рекламній діяльності.

З ростом популярності зростає і увага вчених до феномена адвергеймінгу. Американський маркетолог Д. Аакер впевнений, що саме ігрові аспекти брендинга дозволяють приховано впливати на свідомість

споживача, при цьому уміло використовуючи його тимчасову неможливість контролювати свої психологічні установки, він спокушає за допомогою компенсованих бажань, сублімованих потреб та ін. [1].

Дослідники Є. Ромат та Д. Сендеров [5, 263] наголошують, що адвергеймінг сприяє розвитку лояльності, стимулювання збуту, поданню функціональних особливостей продукту. Так, брендowana флеш-гра може послужити відмінним інструментом для створення ненав'язливою комунікації зі споживачем. Брендowana гра розповсюджується безкоштовно і не «продає» продукт в прямому сенсі цього слова.

У контексті нашого дослідження найбільш доцільно розглядати адвергеймінг як маркетинг через розваги, а саме використання відеоігор для реклами продуктів, компаній та ідей. Наголосимо на специфіці цього поняття. Автор терміну — Ентоні Джааллоуракіс, який у 2000 році зареєстрував в мережі такі назви сайтів як Advergames.com і Adverplay.com. Спочатку це були ігри тільки для комп'ютерів та ігрових приставок, зараз це також ігри для мобільних телефонів.

Є. Ромат та Д. Сендеров переконані, що ідея використання такого інструменту може бути виграшною як мінімум, зважаючи на кілька підходів:

- по-перше, тому що ігрова індустрія з кожним роком набирає обертів, це стосується і мобільних, і соціальних, і онлайн-ігор;
- по-друге, середній вік гравців – 33 роки, це працюючі дорослі люди із середнім або високим достатком. Це говорить про те, що аудиторії, до яких можна достукатися за допомогою цікавого ігрового продукту, досить широкі [там само].

Головним завданням компанії, в разі рішення створити власну гру, буде придумати захоплюючий, цікавий сюжет. Виграшними якостями такого продукту може стати гумористична подача, актуальна смислова

складова (сюжет спирається на події, що відбуваються в світі й суспільстві), відповідність ідеї гри продукту, котрий просувається. Найскладніше та найважливіше – домогтися wow-ефекту – сильного емоційного сплеску, який сприяє кращому запам'ятовуванню і осмислення побаченого [5, 268].

Реклама у відеоіграх допомагає досягти знання бренду і надовго закріпити в свідомості споживача рекламне повідомлення. Крім того, посилання на деякі особливо цікаві ігри споживачі передають один одному, тим самим запускаючи бажаний для всіх компаній механізм вірусного маркетингу.

У зв'язку із цим за складністю брендovanі ігри не повинні претендувати на екшн. Буде досить динамічного і нескладного геймплея. Є. Ромат та Д. Сендеров [там само] називають ще кілька пояснень такого рішення. По-перше, це допоможе уникнути зайвих витрат на створення ризикованого продукту. По-друге, оптимізувати такі ігри для соціальних мереж і мобільних пристроїв набагато реальніше.

Існує кілька класифікацій адвергеймінга. Адвергеймінг поділяють залежно від самостійності гри [6]. У першому випадку – компанія організовує на своєму сайті інтерактивні ігри, розраховуючи, що клієнти, граючи, стануть проводити на сайті більше часу або просто краще пізнають продукт, пропонований компанією. Другий тип адвергеймінгу – це самостійні ігри, які демонструють переваги продукту, що просувається.

Згідно з іншою класифікацією цю технологію можна поділити на три різновиди:

— ATL-адвергеймінг. Головна мета — збільшити кількість і тривалість відвідувань сайту, на якому розміщена гра, а також підвищити обізнаність про товари компанії. Часто головну роль в таких іграх відводять продукту, який просувається. Зазвичай це перероблені класичні

аркадні ігри, але трапляються і справжні шедеври на зразок 3Dгри в реальному часі, розробленої, наприклад, на замовлення компанії Toyota [6].

— BTL-адвергеймінг. Включає в себе militainment (воєнні ігри), recruitment tools (ігри, які спонукають вступати в певні організації — армію, партію тощо), навчальні ігри і ingame advertising (product placement) [4].

— TTL-адвергеймінг (Throughtheline advergaming). Найменш поширений. Різновиди: «Погоня за лінками» , ARG (ігри альтернативної реальності) [3, 35]. Суть «погоні за посиланнями» зводиться до того, щоб спонукати гравця перейти за посиланням, вбудованим у гру. Посилання зазвичай веде на сайт компанії, де споживач бачить рекламу її продукту. Іноді гравцеві пропонують перейти на інший сайт, щоб, наприклад, зібрати необхідні підказки і перейти на наступний рівень гри. Натомість ARG – заснована на подіях реального світу інтерактивна історія, на хід якої гравці можуть впливати своїми ідеями або діями [2, 11].

Що стосується поширення ігор, найефективнішим каналом будуть соціальні мережі. Цікава і популярна гра буде розкручуватися сама за рахунок користувачів, шляхом репоста, запрошень друзів тощо. При цьому не має значення, знаходиться вона на платформі соціальної мережі або розташована на сторінці сайту.

Можна розглянути варіант розміщення гри в окрему вкладку мобільного додатка. Наприклад, всі мобільні оператори мають власні рішення для мобільних пристроїв. В окремі вкладки цих додатків можна інтегрувати прості, але брендovanі ігри за типом аркад, головоломок і квестів. Ще одним варіантом може бути розміщення гри як спецпроекту – комплексної інтеграції бренду в інтернет-ресурси поза звичайних

рекламних місць з метою залучення аудиторії в тривалу комунікацію [5, 268].

Отже, попри те, що адвергеймінг є відносно новою комунікаційною технологією, дослідники виокремили низку підходів до його класифікації.

Адвергеймінг як доволі цікава та неординарна технологія поширення інформації про бренд та розширення аудиторії споживачів товарів та послуг певної компанії має усі шанси стати одним із популярних засобів маркетингових комунікацій.

Список використаних джерел

1. Аакер Д. А. Создание сильных брендов. Москва, 2007. 440 с
2. Безчотнікова А. О. Застосування гейміфікації для вирішення рекламних та PR-завдань. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2016. Вип. 16. С. 8–13.
3. Петренко Г. А ваш бренд уже в игре? *Новый маркетинг*. 2007. № 5. С. 33–39.
4. Пінчук А. Застосування ігор для просування брендів (адвергеймінг) URL: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/8885/1/146-148.pdf> (дата звернення: 20.01.2019)
5. Ромат Е, Сендеров Д. Реклама: теория и практика: учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2013. 512 с.
6. Челенов Д. Адвергейминг: использование, преимущества, примеры применения. *Альманах Продвижение*. URL: <http://new-marketing.ru/issues/2007/7/33/> (дата звернення: 20.01.2019).

Дарія Марущак

Одеський національний політехнічний університет,

Одеса, України

ОСОБЛИВОСТІ ФІРМОВОГО СТИЛЮ (НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «ХАБЛ-БАБЛ»)

Досліджені основні етапи становлення та розвитку фірмового стилю. Розкрито питання застосування та впливу елементів під час формування корпоративного дизайну.

Ключові слова: *фірмовий стиль, імідж компанії, корпоративний стиль, елементи фірмового стилю, логотип, слоган*

Исследованы основные этапы становления и развития фирменного стиля. Раскрыты вопросы применения и влияния элементов при формировании корпоративного дизайна.

Ключевые слова: *фирменный стиль, имидж компании, корпоративный стиль, элементы фирменного стиля, логотип, слоган*

The article examines the main stages of the formation and development of corporate identity. The issues of application and influence of corporate identity elements in the formation of the design are disclosed.

Keywords: *corporate identity, company image, corporate identity, corporate identity elements, logo, slogan.*

Вступ. У жорсткій конкуренції підприємства стикаються з проблемою збереження своїх позицій на ринку для забезпечення ефективної роботи. Одним з основних напрямків поліпшення позиції підприємства на ринку є формування іміджу бренду. Сьогодні переважна кількість компаній і підприємств стурбовані збагаченням своїх товарів і послуг. Вкрай важливим стало створення все більш популярних стилів та ідей, які відрізняють їх від конкурентів. Тому один з ключових моментів в створенні корпоративного іміджу є фірмовий стиль.

Звертаючи увагу на реальність сучасного графічного дизайну, можна сказати, що фірмовий стиль став його незамінним компонентом, міцно

закріпившись у переліку наданих послуг. Проте не слід забувати, що ця концепція вступила в теорію і практику дизайну порівняно нещодавно.

Актуальність теми обумовлена тим, що на сьогоднішній день існує багато різних підприємств, організацій, а отже, існує високий рівень конкуренції. Тому виникає потреба приділяти увагу виявленню шляхів формування іміджу корпоративної марки.

Мета статті – розгляд особливостей фірмового стилю, як об'єкту, що сприяє формуванню корпоративного стилю кав'ярні «Хабл-Бабл».

Проблеми фірмового стилю досліджуються багатьма вітчизняними і західними вченими такими як: Н.С. Добробабенко [2], Р. Нельсон [3], О.Г. Лашкова [4], Р. Бікман [7], Е.В. Ромат [8], Н.І. Прокурова [5], І. Рибців [6], а також нормативно-законодавчі документи, які регламентують рекламну діяльність в Україні та забезпечують охорону прав на знаки для товарів і послуг.

Виклад основного матеріалу. Фірмовий стиль ідентифікує компанію серед інших учасників ринку і конкурентів, формує позитивний імідж компанії. Він допомагає знайти споживача, формує його позитивне ставлення до компанії і продукцію. Фірмовий стиль вказує суспільству на стабільність і довготривалість роботи компанії, підвищує лояльність співробітників компанії, формує нове мислення, несе корпоративну культуру, дух і філософію, а також скорочує витрати на рекламу і PR в Інтернет, сприяє посиленню бренду.

За визначенням Н. С. Добробабенко «Фірмовий стиль – це набір колірних, графічних, словесних, топографічних, дизайнерських постійних елементів, що забезпечують візуальну і смислову єдність товарів (послуг), всіма вихідними даними від фірми інформації, її внутрішнього і зовнішнього оформлення» [2].

Однією з помітних робіт є книга німецького автора Р. Бікмана, де він зазначає, що «фірмовий стиль – краща практика». Видання можна розділити на дві частини – теоретичну і практичну. Перша висвітлює аспекти культурного менеджменту, цілісність унікальної ідентичності для компаній і стратегічне використання інструментів корпоративного стилю на різних рівнях, які сприяють перспективному розвитку бізнесу. Практична частина включає кращі зразки корпоративної культури [7].

Для фірмового стилю кав'ярні «ХАБЛ-БАБЛ», був створений комплекс складових фірмового стилю:

— текстовий логотип виконаний в поєднанні з характерними особливостями стилю Фьюжн;

— комбінований логотип, що поєднує в собі графічні образи мультиплікаційних героїв і назву.

Колірна палітра була обрана на основі книги А. Стармер «Колір. Енциклопедія» [9]. Як зазначає автор, колір кави уособлює теплоту і затишок, він створює доброзичливу атмосферу, вселяє почуття захищеності, цей колір також вважається символом затишку та сімейних традицій.

Колір «кава латте» – домінуючим відтінком буде коричневий, а це простота і сила: важливість життєвих пріоритетів, стійке положення в суспільстві, сила характеру. Молочний відтінок, яким по суті, буде білий колір, розбавляє мужність коричневого кольору жіночою ласкою, м'якістю і ніжністю.

Колір «кава з молоком» – трохи темніший від «лате», проте він також вважається теплим кольором, як і ароматний напій; цей колір дійсно легкий, повітряний, смачний.

Коричневий – це колір кави і ароматних спецій. Його колористка це – затемнений жовто-червоний колір, де імпульсивна життєва сила червоного стримується, завмирає. У коричневому залишається життєвість.

Основні елементи фірмового стилю кав'ярні «ХАБЛ-БАБЛ»:

Товарний знак є зареєстрованими в установленому порядку образотворчими, словесними, об'ємними, звуковими позначеннями або їх комбінаціями, які використовуються для ідентифікації компанії [5].

Логотип - це оригінальне зображення або скорочене найменування фірми, товарної групи, яка виробляється даною фірмою, або одного конкретного продукту, який виробляється. Логотип є центральним елементом ідентичності компанії. Кожен фундамент повинен тримати свою твердість протягом багатьох років, витримувати тягар і не боятися змін. Тобто логотип виконує психологічні, інформаційні та іміджеві завдання для забезпечення ефективності фірмового стилю. Ідеальний логотип не старіє, він залишається важливим весь час. Тому дизайн логотипу має бути досконало продуманим, гармонійно об'єднавши словесні та символічні, іконічні образи.

Фірмовий колір – поєднання фірмових кольорів, які містять певну інформацію про імідж, діяльність та статус компанії.

Фірмовий шрифт – це шрифт, який використовується в елементах фірмового стилю, де присутній текст – бланки документації, візитки, конверти, сертифікати, грамоти, рекламна продукція, електронні носії [2].

Фірмовий блок представляє собою часто вживане поєднання декількох елементів фірмового стилю. Це може бути логотип і назва фірми.

Фірмове гасло (слоган) може бути оригінальним девізом фірми. Слоган може містити основні принципи діяльності фірми, її кредо. Деякі гасла зареєстровані як торгові марки.

Основні вимоги до товарного знака кав'ярні «ХАБЛ-БАБЛ»:

1. Простота – означає відсутність великої кількості складних ліній, дрібних деталей тощо. Оптимальним розміром знака є 2-3 вироби або 3-7 букв. Приклад: Все геніальне – просте.

2. Індивідуальність (оригінальність) – надає можливість відрізнити один товар від іншого, одну фірму від іншої фірми. І, безумовно, будь-яке тиражування ідеї не сприяє цьому.

3. Зовнішній вигляд і вербальна нота. Мова йде не тільки про якість графіки, а й про емоційне сприйняття знака. Експерти застерігають від використання знаків у мусульманських країнах, де хрест «якось задумливий», де хоч якось «вгадується» хрест [6, с.15-17].

Одна з американських фірм використовує як фірмовий знак складені пальці руки, що у американців символізують «о'кей» («все добре»). В той же час в країнах Сходу цей знак означає «Я тебе вб'ю».

Основні носії елементів фірмового стилю для кав'ярні «ХАБЛ - БАБЛ»:

— друкована реклама фірми: плакати, листівки, буклети, календарі (настінні й кишенькові) тощо;

— засоби PR: пропагандистський проспект, журнали;

— сувенірна реклама: пакети, ручки, настільні прилади, сувенірна вітальна листівка й інше;

— елементи діловодства: фірмові бланки, фірмовий конверт;

— документи й посвідчення: візитні картки, посвідчення співробітників;

— фірмовий одяг співробітників [4, С.245-246.].

Отже, на сьогоднішній день одним з основних джерел інформації є друкована рекламна продукція. Рекламна діяльність покликана сприяти підвищенню його статусу в суспільстві та залученню нових клієнтів.

Ефективність та продуктивність фірмового стилю залежить від точної та правильної комбінації бренду. Візуальна ідентичність – це форма спілкування, за допомогою якої потенційний покупець надає послугу і може впливати на придбання товару. Фірмовий стиль сприяє виявленню товарів або послуг компанії, підвищуючи їх популярність і попит.

Отже, аналізуючи фірмовий стиль як засіб ідентифікації корпоративного стилю компанії, можна стверджувати, що ці елементи складають унікальну візуальну ідентичність, вони відрізняються її від інших компаній і надають конкурентоспроможність, індивідуальність та ексклюзивність.

Список використаних джерел

1. Про рекламу [Електронний ресурс]: Закон України [Чинний, поточна редакція від 28.12.2015] // Відомості Верховної Ради, 1996. № 270/96-ВР. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

2. Добробабенко Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки, использование, оценки. М.: Внешторгреклама, 1986. 111 с.

3. Лашкова О. Г., Куценко А. І. Планування рекламної компанії: навч. посіб. Изд. 2-е, перераб. і доп., 2010. С. 152-154.

4. Нельсон Р. Секрет фірми, або... Як створити фірмовий стиль. Техніка реклами.. № 11. 2005. С. 245-246.

5. Прокурова Н. І. Фірмовий стиль URL: http://abc.vvsu.ru/Books/r_frimstyle

6. Рибців І., Бурцев М. Фірмовий стиль, який продає. «Sales business. Продажі». № 1. 2006. С. 15-17.

7. Роланд Бікман. Фірмовий стиль. Краща практика керування компанією. Штутгарт, 2003. С.102-103.

8. Ромат Е.В. Реклама: навч. посібник. Х. : НВФ "Студцентр", 2000. С. 27-28.

9. Стармер А. Цвет. Энциклопедия. Советы по цветовому оформлению интерьера вашего дома: Арт-Родник. 2011. С.103-105.

Тетяна Шевченко

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Україна, Одеса

ПОНЯТТЯ МІКРОНАРАТИВУ В ТЕКСТІ ЕСЕ ЯК ДИСКУРСИВНІЙ ПРАКТИЦІ

У статті йдеться про есе як дискурсивну практику. Доведено, що есе як дискурсивна практика являю собою художньо, соціально і культурно обумовлений комплекс процесів продукування й розповсюдження певних видів суб'єктивно-рефлексивної інформації, котра художньо відтворена й асоціативно оформлена у вигляді окремих ментативних чи наративно-ментативних текстів із задіянням художніх технік і прийомів на актуальні для літератора внутрішні і зовнішні проблеми з метою оприлюднення. Обґрунтовано сутність мікронаративу в есе, названо його функції в тексті есе: Серед функцій мікронаративу в есе як мовленнєвій практиці варто виділити такі: як ілюстративний до повищих думок матеріал; як вихідна точка розвитку думки; як елемент переключення уваги реципієнта; як висновок, результат міркувань.

Ключові слова: есей, мікронаратив, дискурсивна практика, збірка, нарація.

В статье говорится об эссе как дискурсивной практике. Доказано, что эссе как дискурсивная практика представляет собой художественно, социально и культурно обусловленный комплекс процессов выработки и распространения определенных видов субъективно-рефлексивной информации, художественно воссозданной и ассоциативно оформленной в виде отдельных ментативных или нарративно-ментативных текстов с задействованием художественных техник и приемов на актуальные для литератора внутренние и внешние проблемы с целью обнародования. Обоснована сущность микронаратива в эссе, названы его функции в тексте эссе. Среди функций микронаратива в эссе как речевой практике выделены следующие: как иллюстрация к изложенным выше мыслям; как исходная точка развития мысли; как элемент переключения внимания реципиента как вывод, результат рассуждений.

Ключевые слова: эссе, микронаратив, дискурсивная практика, сборник, наррация.

The article deals with essay as a discursive practice. It is proven that essay as a discursive practice is an artistically, socially and culturally determined complex of production and distribution of certain types of

subjective-reflexive information, which is artistically reproduced and associatively executed in the form of separate mentative or narrative-mentative texts with the involvement of artistic techniques and tricks on relevant problems for the writer, both internal and external ones, in order to make it public in the future. The essence of micronarrative in the essay is explained, its functions in essays are named. Among the functions of micronarrative in the essay, as a speech practice, the following functions should be mentioned: as an illustrative material to deep thoughts; as a starting point for the development of thought; as an element of switching recipient's attention; as a conclusion, the result of thinking.

Keywords: *essay, micronarrative, discursive practice, compilation, narration.*

Великий масив есеїстичних текстів у сучасній українській літературі спонукає до думки, що наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. письменницьке есе – це не просто жанр, тобто змістовно-формальна структура, наділена набором стійких і змінних характеристик, а саме дискурсивна практика, сформована набором спільних ознак, котрі не вкладаються в межі конкретного тексту, а стають очевидними з урахуванням цілого комплексу зовнішніх щодо нього чинників. До них уналежнюють його природу (витоки, походження), функції (дії, можливості), створену картину світу, набір засобів утілення художньої ідеї (читабельність), активність, дієвість, популярність і запотребованість, засоби оприлюднення й функціонування, котрі виходять за межі поняття власне жанру.

Дискурсивна практика письменницького есе, на нашу думку, являє собою художньо, соціально і культурно обумовлений комплекс процесів продукування й розповсюдження певних видів суб'єктивно-рефлексивної інформації, котра художньо відтворена й асоціативно оформлена у вигляді окремих ментативних чи наративно-ментативних текстів із задіянням художніх технік і прийомів на актуальні для літератора внутрішні і зовнішні проблеми з метою оприлюднення, хоч власне опублікування тут

вторинне, а рефлексія, автопсихологізм, самосвідомість, самопрезентація – первинні.

Важливою категорією наратології у прив'язці до есе як дискурсивної практики має постати категорія **мікронаративу** або ж **мікронарації**. Якщо наратив – це авторська оповідь про низку взаємопов'язаних і взаємообумовлених подій, образно презентована читачеві, яка вибудовує цілий текст, то мікронаратив в есе – це художня нерозгорнута або ж стиснена «історія» («результат смислопороджувального відбору ситуацій, осіб, дій та їх властивостей з невичерпальної множинності елементів і якостей подій»[1, с. 12]), вплетена в ментатив, тобто в ланцюг міркувань з різною метою. При цьому такі оповідні вкраплення не претендують на розгорнуту фабулу, складні перипетії тут трапляються зрідка. Події, що складають історії мікронаративу, є завершеними, пройшли етап лінеаризації у свідомості есеїстичного «я», адже переважно ілюструють минуле наратора. Окреслюються вони, як правило, схематично, згущено, акцентуються найсуттєвіші елементи дії, причинні зв'язки між ними суттєво послаблюються, адже головне в есе не ці історії, а те, який вектор міркуванням вони надають. Відстань у часі до моменту оповіді стає підставою для їх художньої інтерпретації, осмислення, розмірковування у контексті. Такий характер мікронаративів зумовлений тим, що це – допоміжний засіб композиції, між тим багатofункціональний. Мікронаративи в есе можуть бути різні за обсягом: від одного-двох речень до кількох сторінок, залежно від мети, яку переслідує автор. Обсяг мікронаративу в есе, як правило, більший у творах, надрукованих у масових періодичних виданнях, значно менший у тих, які написані спеціально як частина циклу, книги. В окремих випадках «межу» наративу й ментативу неможливо відділити: перехід, перетікання один в одного можна побачити в межах одного речення, абзацу.

Саме такими є есеї С. Процюка, презентовані в його різних збірках есеїстики: «Тіні з'являються на світанку», «Канатоходці», «Аналіз крові», «Трикутник» тощо. Проілюструємо особливості переткання на прикладі твору «Страх смерті» із збірки «Тіні з'являються на світанку»: «Сьогодні я витлумачую цей, значною мірою нав'язливий, сон [про сам сон ідеться рядком вище. – Т. Ш.] як персоніфікацію мого дитячого страху смерті. Звісно, що психоаналіз у формі самоаналізу... є ризикованим і часто невдячним заняттям, що заводить на манівці і трясовини напівправди про себе»[2, с. 36].

Серед функцій мікронаративу в есе як мовленнєвій практиці варто виділити такі:

- 1) як ілюстративний до повищих думок матеріал;
- 2) як вихідна точка розвитку думки;
- 3) як елемент переключення уваги реципієнта;
- 4) як висновок, результат міркувань.

Так, мікронаратив як ілюстративний матеріал унаочнює й уточнює хід міркувань, постаючи й елементом впливу на читача. Схема есе з такими мікронаративами виглядає приблизно так: **міркування – історія – міркування з набуттям нових аргументів** на підставі оповіді. Слід звернути увагу, що такою є загальна схема побудови обох аналізованих нами есеїв С. Процюка. Перший починається з окреслення образу тіней на світанку (у такий спосіб описано близькість і неминучість смерті для людини), далі ця думка ілюструється історіями з власного життя за автобіографічним принципом з додаванням низки зовнішніх історій, котрі породжують думки з приводу і навколо оповіданих ситуацій. За тим же принципом побудовано й есей «Страх смерті», що починається описом відчуттів власне самого цього страху, котрий поступово доповнюється

прикладами-ілюстраціями, зовнішніми історіями й новим витком розмислів.

Мікронаратив може й бути вихідною точкою розвитку думки: тут історія відкриває есей, інтригуючи читача, а далі текст будується як її інтерпретація й розвиток думки на підставі (у контексті) розказаного. Схема есе з такими мікронаративами виглядає в такий спосіб: **розгорнута історія – міркування/резюме або міркування/розвиток**. Функції мікронаративів як дороговказів міркувань можна простежити в окремих фрагментах-підрозділах есе: ними розпочинаються фрагменти, що спонукають есеїстичне «я» до розмислів. Таким, наприклад, є третя частина есе «Тіні з'являються на світанку», що починається інтригуюче: «У четвертому класі трапився дуже важкий для мене випадок» про несправедливу оцінку в школі, або четвертий фрагмент зі «Страхи смерті» про відвідування письменником могили матері.

Мікронаратив може також переключати увагу реципієнта. Есей – твір складний для сприйняття, адже передбачає постійну включеність читача, мозкову напруженість у розплутуванні інтелектуальних кросвордів, створюваних автором. Відтак незначне чергування «історій» з потоком думок і умовиводів є елементом підживлення читацької уваги, тримання його інтересу до інтелектуального твору. Пропонуємо таку схему текстотворення есе з названими мікронаративами: **міркування /історія/ міркування – міркування /історія/ міркування – міркування /історія/ міркування**. Приміром, есей «Тіні з'являються на світанку» складають численні мікронаративи про М. Джексона, М. Бажана, П. Тичину, В. Чумака, про самого автора.

Короткі наративи також можуть постати висновком, результатом міркувань, узагальненням на підставі осмисленого. Текст есе у такому випадку складається з **міркування – історії – міркування як висновку**. В

есе С. Процюка, представлених для аналізу, таких елементів текстопородження не виявлено, натомість вони є в інших есеях збірки: «Двадцять чотири ритуальні часточки», «Невротик у мантиї генія», «Кров і сльози Фрідріха Ніцше».

Звісно, представлені схеми – умовні, адже в одному тексті можливі всі варіанти переходів від наративу до ментативу. Головне, що есей С. Процюка постає неоднорідним через ментативно-наративні секвенції, читач весь час у зоні уваги переходів – від розповіді до міркування й навпаки.

Таким чином, введення поняття «мікронаратив» доповнить наративні підходи саме до аналізу есе як дискурсивної практики. Це тим паче важливо, адже цей твір, із часів М. Монтеня, переживає новий активний виток розвитку, прикметний близькістю і до масового читача, а не тільки до інтелектуала. Звісно, це може постати предметом подальших наукових дискусій.

Список використаних джерел

1. Процюк С. Тіні з'являються на світанку. – Луцьк: Твердиня. – 2011.– 216 с.
2. Шмид В. Нарратология. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.

Тетяна Рибачук

Національний університет «Одеська юридична академія»

Україна, Одеса

ЧУТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

У роботі акцентовано увагу на неформальних вербальних маркетингових комунікаціях або чутках як засобі маркетингових комунікацій, зокрема у політичній комунікації. Зазначені загальні функції й форми політичного маркетингу та методи дезінформації у політичній комунікації.

Ключові слова: чутки, неформальні вербальні маркетингові комунікації, політичний маркетинг, засіб маркетингових комунікацій.

В работе акцентировано внимание на неформальных вербальных маркетинговых коммуникациях или молве, слухах как средстве маркетинговых коммуникаций, в частности в политической коммуникации. Обозначены общие функции, формы политического маркетинга и методы дезинформации в политической коммуникации.

Ключевые слова: слухи, неформальные вербальные маркетинговые коммуникации, политический маркетинг, средство маркетинговых коммуникаций.

The paper focuses on informal verbal marketing communications or rumors as a means of marketing communications, in particular in political communication. The mentioned general functions and forms of political marketing and methods of misinformation in political communication.

Keywords: rumors, informal verbal marketing communications, political marketing, marketing communication tool.

Політичний маркетинг – це сукупність форм, методів і технологій дослідження, проектування, регулювання та впровадження в суспільно-політичну практику певних настанов суспільної свідомості з метою завоювання та утримання контролю над ринком влади [1, 3]. Простіше кажучи, це діяльність, яка спрямована на підтримку, створення або зміну поведінки людей щодо певних політичних ідей, явищ, подій, організацій та лідерів. Ідею політичного маркетингу сформулював французький соціолог

П'єр Бурдьє. Він розглянув політику як ринок, де є виробництво, попит і пропозиції. Політичний маркетинг виконує наступні основні функції:

- вивчення уявлення людей про політика, організацію чи ідею;
- визначення характеристик ідеального образу, що існує в масовій свідомості;
- планування та втілення в життя конкурентоздатної програми дій, розрахованої на завоювання розуміння та активну підтримку політичного лідера, організації чи ідеї [1, 4].

Зокрема, проводяться дослідження суспільно-політичних структур, політико-психологічної та правової культури суспільства, інформаційного банку лідерів. Згідно отриманих показників планується політико-маркетингова стратегія та імідж.

До політичного маркетингу відносяться такі форми комунікації:

- політична реклама;
- політичний піар;
- особисті зустрічі політика з громадянами;
- представницький політичний маркетинг;
- прямий політичний маркетинг;
- політичний брендинг;
- лобістська політична діяльність
- неформальні комунікації.

Також, для вирішення маркетингових завдань в політиці використовують різноманітні інструменти серед яких пропаганда, агітація, маніпулювання, дезінформації, поширення чуток та інші.

Поняття дезінформації також можна розглядати в контексті чуток. Це спосіб психологічного впливу, який полягає в навмисному наданні суперникам або електорату такої інформації, що вводить їх в оману щодо

дійсного стану справ. Часто цей процес здійснюється саме за допомогою поширення чуток.

До методів дезінформації належать:

- 1) «витік» свідомо викривленої інформації про суперників, їхні плани, ідеї, матеріальне забезпечення;
- 2) перебільшення негативного впливу на тих чи інших суб'єктів, представників уряду, різних партій та інших на розвиток негативних явищ у суспільстві;
- 3) критика «бездіяльності» чи, навпаки, «негативної діяльності» тих чи інших кандидатів;
- 4) значне перебільшення своїх можливостей у випадку перемоги на виборах;
- 5) демонстрація по телебаченню відео матеріалів про ті чи інші події, факти і явища [3].

Основними каналами дезінформування та, відповідно, поширення чуток є ЗМІ – друковані медіа, радіо, телебачення та інтернет-ресурси. Причому останнім варто надати особливої уваги.

До основних причин виникнення політичних чуток відносять недостатню, необ'єктивну проінформованість громадян щодо суспільно-політичного життя, тобто дефіцит надійної інформації, низька комунікативна культура спілкування тощо.

Характерною особливістю політичних чуток (як і чуток взагалі) є те, що вони значною мірою самотранслюються, усно передаються від суб'єкта до суб'єкта, а тому мають велику мобільність. І саме завдяки тому, що вони в процесі поширення все більше суб'єктивуються, вдосконалюються, політичні чутки значно впливають на психіку людей — їм часто довіряють більше, ніж об'єктивній інформації, існуючим засобам інформації. Чутки в політичній комунікації часто застосовують з метою дискредитації

опонента в очах населення (наприклад, кандидат нетрадиційної орієнтації), а також провокування населення на здійснення певних дій, формування вигідної громадської думки, введення опонента в оману, применшуючи або перебільшуючи власні сили. Крім цього, використання чуток в політичному маркетингу допомагають при створенні певного іміджу кандидата, приверненні уваги до подій, а також як протидію іншим чуткам (контрчутки) [2, 132]. Якщо виборча кампанія починається за три місяці до дня виборів, то чутки можна запустити значно раніше. У такому разі це гарний спосіб обійти закон, а також забезпечити успішність майбутньої кампанії. Так, чутки про те, що Володимир Зеленський «йде в президенти» почали поширюватися ще задовго до офіційного старту його політичної кампанії.

Слід зазначити, що чутки є елементом «чорного» піару. Чорний піар в політичному маркетингу трактується як спроба скомпрометувати небажаного політика, партію чи організацію і налаштувати проти них масову свідомість. За допомогою чуток часто поширюють компромат - матеріали, докази, деталі минулого чи сьогодення, яке приховує опонент. Різноманітні публікації такого характеру, реклама, статті, телевізійні сюжети активно обговорюються серед населення, породжують виникнення чуток та пліток. Наприклад, під час виборів 1999-го року активно поширювалися чутки про «червону загрозу» комуністів, які будуть розстрілювати та чинити інші жахливі дії проти народу. Як наслідок, президентом став Л. Кучма, а не лідер комуністичної партії П. Симоненко.

Отже, чутки є ефективним інструментом політичного маркетингу, засобом маніпулювання громадською думкою. Найчастіше їх використовують як елемент чорного піару, хоча чутки можуть бути і з позитивним відтінком. Так чи інакше, вони впливають на думку електорату стосовно того чи іншого кандидата або партії.

Список використаних джерел

1. Бебик В.М. Політичний маркетинг і менеджмент: монографія Київ: МАУП, 1996. 144 с.
2. Богуш Д.О. Десять секретів політичних кампаній : навч. пос. Київ: МРІ, 2016. 156 с.
3. Шляхи поширення дезінформації URL: <http://wiki.tneu.edu.ua/index.php?title> (дата звернення: 19.02.2019).

Вікторія Сікорська,

Діана Наджимі

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ НА ШПАЛЬТАХ ОДЕСЬКИХ ГАЗЕТ

Заналізовано поняття гендеру, розглянуто гендерні стереотипи у текстах одеських газет, здійснено статистичний аналіз.

Ключові слова: *гендер, гендерний стереотип, соціальні комунікації.*

Проанализировано понятие гендера, рассмотрены гендерные стереотипы в текстах одесских газет, осуществлен статистический анализ.

Ключевые слова: *гендер, гендерный стереотип, социальные коммуникации.*

The concept of gender is used, gender stereotypes are considered in the texts of Odessa newspapers, statistical analysis is carried out.

Keywords: *gender, gender stereotype, social communication.*

Гендерні стереотипи на різних етапах історичного розвитку і в різних соціальних умовах могли визначатися так своєрідно, що не можливо пояснити їх раціонально з точки зору фізіологічних особливостей. Вони формуються на основі виявлення способів, за допомогою яких індивіди і соціальні групи беруть участь у створенні соціальної реальності. А відтак гендер сприймається як традиційно вже вибудовані соціумом відносини за ознакою статі. Отже можемо стверджувати, що гендерні стереотипи базуються на усталеному погляді на проблему. Тому в соціальному розумінні жіночі і чоловічі стереотипи породжуються самим суспільством, відтак не існує «жіночого» й «чоловічого» як природного, а гендерні символи створюються внаслідок тривалих соціальних комунікацій.

Гендерні стереотипи діють як специфічні гендерні схеми, що допомагають усвідомленню і сприйняттю людини стереотипно,

запам'ятовуючи та інтерпретуючи її образ, людини, відповідно до сформованих у неї уявлень про маскулінне та фемінне.

Гендер включає в себе певний тип ментальності та тип соціальної поведінки, а також різні форми комунікацій і позиціонування себе в соціо-комунікативному просторі. Зазначимо, що є різні думки з приводу цих типів. В.В. Макаров виділяє набір якостей, притаманних жінкам і чоловікам, сфокусувавшись на тому, що для чоловіків характерні логічність, схильність до узагальнення, цікавість до абстрактного, раціональність, практичність, рішучість, войовничість, владність, імпульсивність. А для жінки – відчуття інтуїції, схильність до аналізу, цікавість до конкретного, чуттєвість, сентиментальність, обережність, милосердя, мінливість та старанність [6]. Перелічені якості у масовій комунікації сприймаються як щось усталене, традиційне, що допомагає формувати чіткі образи-символи, а відтак стереотипи.

Можна говорити про медійний гендерний дискурс як про систему гендерних образів та символів, що сформована під впливом суспільних поглядів про роль чоловіка та жінки в соціумі, яка після появи на сторінках ЗМІ визначає і закріплює в суспільній свідомості та й у свідомості особистості. Питанням стереотипізації ґрунтовно займаються такі дослідники як О. Залізняков, А. Кириліна, Ю. Маслова, Б. Місонжиков, О. Помазан, Н. Сидоренко, М. Скорик, Л. Таран, С. Штурхецький та ін.

Більшість дослідників указують на те, що на шпальтах газет українське суспільство позбавлене соціальної різноманітності, на сторінках газет, особливо регіональних інформаційних тижневиків, абсолютно відсутні люди з нетрадиційною сексуальною орієнтацією, люди з девіантною поведінкою та інше.

Мова конструює опис певних образів, що відображають гендерні стереотипи, уявлення про індивідуальні особливості та гендерні ролі

представників обох статей у соціумі, моделі гендерної ідентичності чоловіків і жінок, а також результати їхньої мовної поведінки, характеризуючи водночас особливості вибору мовних засобів і конструкцій [4]. Як показують дослідження, українські ЗМІ все ще уникають використання фемінітивів на позначення жінок у різних сферах життя.

Але загалом сучасний дискурс в українських медіа представляє широкий діапазон актуальних національних стереотипів, пов'язаних як з жінками так і з чоловіками. На сторінках української преси все частіше можемо бачити нові моделі фемінності та маскулінності [3, 252-257].

Дослідники стверджують, що в українському медійному середовищі, а разом з тим і на шпальтах газет, продовжують зловживати такими мовними штампами як «справжні чоловіки», «прекрасна половина людства» [7, 190-193].

Деякі позитивні зміни помітні в тлумаченні суспільних проблем, зокрема гендерного паритету, суто жіночими виданнями. На сьогодні в країні існує понад сорок подібних часописів. Але варто зазначити, що більшість із них присвячена лише побутовому відображенню життя, де значна увага звертається на інтимну сферу, світську поведінку, різні плітки тощо. На жаль, мало висвітлюються духовні, моральні, психологічні проблеми, а також сутнісні явища, що стосуються відродження жіночої самосвідомості [2, 66-69].

Проте, це прагнення багато в чому обмежується попереднім періодом, коли свобода слова та право на вільне самовираження були значно обмеженими. А на сучасному етапі ці обмеження проявляються в консервативній школі журналістики, а також в обмеженнях відповідно до редакційної політики.

Разом з тим, варто зазначити, що до стандартів громадянського суспільства рівних можливостей нам ще дуже далеко. І не в останню чергу в цьому «заслуга» сфери українського медіа. Адже саме медійний простір продовжує багато в чому визначати напрями суспільної думки та уявлення про розподіл ролей у суспільстві.

Гендерні стереотипи – це психологічно, культурно і соціально сформовані постулати, що регулюють норми поведінки та стилю життя представників обох біологічних статей, відіграючи посутню роль у створенні індивідом узагальненої думки про оточуючий світ, з одного боку даючи можливість людині право вибору на власну думку, а з іншого – обмежуючи її (людину) у варіантах цього вибору, оскільки наперед пропонується вже окреслений образ, який і є стереотипом.

Виходячи з перерахованих фактів стосовно вживання певних термінів та аналізування тенденцій, ми крокуємо до гендерної рівності та прагнемо позбутись тих стереотипів, які вже є сформованими у суспільства. Однак всі ці дії скоріш прописані на папері, ніж дійсно прийняті рекомендації до реалізації

Для аналізу нами було обрано публікації 2017-2019 років, адже вони ілюструють реальну сьогодні картину функціонування досліджуваних газет. За цими публікаціями можливо прослідкувати ступінь реагування місцевої преси на вимоги сьогодення. Назви статей ми подаватимемо мовою оригіналу, адже переклад, навіть дослівний, інколи спотворюватиме головну думку самої публікації.

Крім того, що було проаналізовано паперові версії газет, також переглядався матеріал на сайтах редакцій. Звісно, більшість матеріалів повторювалися. Але можливості електронних ресурсів значно більші за паперові. Тому часто можна було знайти доповнені матеріали, або ж

кольорові фотоматеріали, тоді коли на шпальтах газети вони були надруковані в чорно-білому варіанті.

Цікаво також розглянути ілюстративний матеріал до газетних публікацій. Ілюстрації є досить важливими, адже сучасне покоління сприймає інформацію досить швидко, орієнтуючись в основному на ілюстрації. Якщо вони зацікавлять читача, колонка буде прочитана, якщо ж ні, то читач просто пропустить її.

Так, для прикладу, в газеті «ВО» № 6-7 за 17 січня 2019 року з'явилася стаття з назвою «Продукти, які допомагають схуднути». Такі статті написані з використанням гендерно нейтральної лексики: мова йде про людей загалом без розподілу їх на статі, та без акценту на статеві відмінності. Проте, матеріали проілюстровані саме світлинами з жіночим тілом в класичній для подібних матеріалів комбінації «до» і «після»/ з «зайвою вагою» і тіло, що відповідає уявленням про красу.

На дивлячись на те, що в Параді до Дня Незалежності, у Києві 24 серпня 2018 року, вперше пройшла жіноча «коробка», для газети «ВО» розподіл ролей лишається традиційним. Фотографії, які було обрано для ілюстрування матеріалу з назвою «В Одесі відсвяткували День Незалежності України» зображають голову ОДА, котрий тисне руку учаснику АТО, а на задньому фоні стоїть дівчина у традиційному українському одязі, літню жінку, що пише Диктант національної єдності, а також курсантів морської академії, що несуть Державний Стяг (дівчат серед них, звісно, немає), хоча, як зазначається в самій публікації, прапор цього року Потьомкінськими сходами піднімало більше 300 людей і серед них радше за все були і жінки [1, 1-2].

Варто також відмітити, що матеріал про відімкнення послуги дротового радіо в Одесі також проілюстровано світлиною, на якій зображена саме жінка літнього віку [10, 3]. Подібні фотографії можна

вважати такими, що маніпулюють свідомістю і викликають асоціації «старе та несучасне» / «літня жінка».

А от фотоматеріали, якими проілюстровано повідомлення про День фізичної культури і спорту, можна віднести до позитивного прикладу трансформації гендерного дискурсу. Так, на світлині, де спортсмени забігають на Потьомкінські сходи, попереду біжать саме дівчатка. Також спортсменки сфотографовані під час показових виступів клубів бойових мистецтв. Але футбол – традиційно чоловічий [5, 4]. Хоча, наприклад, того ж 2018 року, але в квітневому номері, на світлинах із заходу «100 кілометрів по Поясу Слави» були зображені лише чоловіки.

На жаль, варто відзначити, що фемінітивів журналісти газети «ВО» не використовують. Нам не вдалося знайти жодного прикладу використання жіночого роду на позначення професій в цій газеті.

Варто відзначити, що, наприклад, в матеріалі, присвяченому СДЮСШОР «Крижинка», увагу читачів звернули на те, що в закладі навчаються як хлопці, так і дівчата. Проте форма слова «вихованка» не використовується [8, 1-2].

Але фемінітиви на шпальтах саме цієї газети нам вдалося знайти. Так, в статті, присвяченій Всесвітньому дню гуманітарної допомоги, що відзначається 19 серпня, використовуються слова «представниця» та «ординаторка». Отже, стосовно використання гендерно нейтральної лексики, а також доречного використання фемінітивів, газета «Чорноморські новини» є досить прогресивною.

Варто сказати, що в матеріалах до Дня незалежності України також не було нічого сказано про жінок-військовослужбовиць. Але варто також зазначити, матеріалів про військових взагалі на шпальтах газети було надзвичайно мало. Разом з тим, стаття «Одесса торжественно отметила

День Независимости Украины» проілюстровані великою кількістю жіночих світлин [8, 1-2].

Отже, жодна з одеських газет не сказала нічого про участь жінок в параді до Дня Незалежності в Києві, в заходах в самій Одесі і взагалі немає жодного матеріалу, присвяченого жінкам в ЗСУ, якщо це не стаття до 8 березня. Та і то в таких матеріалах голосними є не жінки, а чоловіки, котрі їх, жінок, вітають!

Випуск газети від 14.03.2018 року, звісно, не зміг оминати своєю увагою 8 березня, яке продовжують трактувати в суспільстві як свято весни і краси. У матеріалі з промовистою назвою «У прикордонному загоні вітали жінок», мова, звісно йдеться про привітання чоловіками своїх колег-жінок. Проте, на світлині, котра ілюструє цей матеріал, зображено прикордонника з букетом квітів, а також дівчат – учасниць танцювального гуртка, котрі також взяли участь у святковому концерті. В матеріалах жодним чином не сказано про жінок, що на рівні несуть службу з чоловіками. Прикордонниці в газеті згадуються виключно через призму привітання їх чоловіками, а також як учасниці та переможниці конкурсу «Жінка року -2017» та «Міс правоохоронна діяльність – 2017» [11, 1]. У тому ж випуску також вміщено матеріали до Дня українського добровольця. На світлині з публікації, звісно, також три чоловіка. Хоча з 2014 року добровільно до війська призвалось і несе службу 24 тисячі жінок, велика їх кількість і в добровольчих батальйонах. Проте, жінки все так само не асоціюються як такі, що на рівні з чоловіками служать. Вони продовжують бути красунями, котрі беруть участь в конкурсах краси і чекають, що навіть робот подарує їм квіти. Відповідний матеріал також вміщено в цей випуск.

Взагалі на шпальтах цієї газети жінки показані в традиційних образах –працівниці бібліотек, лікарки сімейної медицини, учасниці

самодіяльності і таке інше. На томість чоловіки – переможці спортивних змагань (а не конкурсів краси, наприклад), як ті, що продукують цікаві і креативні ідеї (стаття «Миллион за идею» проілюстрована фотографією впевненого в собі молодого чоловіка [11, 2]).

Матеріали про тренерку Федоренко Тетяну Олексіївну проілюстровані колективною фотографією, на котрій, очевидно, стоять її найкращі вихованці та колеги. Жінок серед них набагато менше, ніж чоловіків. Але показово, що один з чоловіків тримає на руках дитину, а серед жінок є також такі, у котрих медалі та кубки. Серед усього матеріалу в газеті ця світлина, непевне, одна з небагатьох, котра відповідає політиці рівних можливостей.

Нам не вдалося знайти на сторінках цих газет матеріали, присвячені темам домашнього насильства. Останні випуски (котрі вийшли після поправок до чинного законодавства з протидії домашньому насильству і котрі зараз активно обговорюються в суспільстві) обійшли цю тему, хоч раніше за шпальтах «Одесскоговесника», наприклад, друкувалися витяги з законів та підзаконних актів. А зазвичай саме такі матеріали яскраво свідчать про наявність гендерного дискурсу у суспільстві [9]

Проаналізувавши останні випуски газет, нам не вдалося знайти також матеріалів, присвячених жінкам в сфері бізнесу. Це є додатковим підтвердженням того, що відповідно до усталених у нашому суспільстві стереотипів, жінкам приписується менша цінність, ніж чоловікам.

Отже, як бачимо, на шпальтах традиційних інформаційних газет також яскраво представлені всі стереотипні уявлення про ролі чоловіків та жінок у сучасному суспільстві. Їх, ці образи, можна конструювати навіть на побутових темах та без матеріалу, подібного до того, що вміщується в так звані «жовтій пресі». В більшості випадків матеріали написані без урахування фемінітивів чи з застосуванням гендерно чутливої лексики.

Проте, на сторінках обраних інформаційних видань можна також прослідкувати поступову зміну дискурсу в тому напрямку, в котрому змінюється суспільство. Оскільки мова йде про читачів, то умови викладу матеріалу та те, що там зазначено змінюється до їх вподобань. Тому, тут слід відмітити, що суспільство змінюється та можна побачити перспективи усунення гендерних стереотипів, але безумовно на це потрібно дуже багато часу.

Для того щоб побачити об'єктивну картину досліджуваного питання, пропонуємо схематично представлену в таблиці кількісну інформацію про наявність гендерних стереотипів у газетних текстах Одеси й Одеської області за обмежений термін (вересень 2018 року).

Газета	Наявність гендерних стереотипів	Використання фемінітив /маскулінітив	Середня кількість статей у номері	Кількість номерів за визначений період
Вечірня Одеса	10	3	25	8
Одеські вісті	14	1	18	9
Одеський вісник	12	3	20	8
Чорноморські новини	5	7	16	9
всього	41	14	79	34

У досліджуваних чотирьох виданнях протягом одного місяця ми помітили систематичну регулярну появу щотижневого номера. Статей, безпосередньо присвячених гендерній проблематиці, у жодному зразку не помічено. Але можемо зазначити, що загострення конфлікту на ґрунті гендеру теж у жодному з номерів не було.

Матеріали, у яких би були наявні гендерні стереотипи, більше переважають у тих газетах, де більше ілюстративного матеріалу. Наприклад, у газетах ВО і ОВ-к превалюють світлини з жінками, якщо у

тексті мова іде про освіту або сім'ю, а ЧН нібито тримають планку лідера, але тільки тому, що шпальти не насичені ілюстративним матеріалом.

Серед усього загалу матеріалів нами відібрано ряд публікацій, що дотично стосуються гендерної проблематики у тексті. Стаття «ВО» за 13 вересня 2018 року «Дорогие заядле курильщики...» подає читачеві інформацію про шкоду куріння на негативному прикладі курця-воротарника однієї з українських футбольних команд, приправляючи текст ще й колоритною світлиною. У цьому ж номері є й інша стаття – «Не было печали, просто уходило лето». Цитуємо прохання чоловіка, який закохався і шукає «даму серця»: «Помогите отыскать человека, женщину_среднего роста, брюнетку приятной внешности...». У міркуваннях після прочитаного у тверджуєшся в думці, що «женщина» теж «человек».

У ОВ-і є стаття «Профессия? Призвание», яка починається з фрази «Сегодня уже не делятся профессии на мужские и женские», ще більше загострюючи той поділ, приводячи в приклад «героїзм» однієї місцевої рятувальниці.

Так, в проаналізованих нами одеських газетах лише поодинокі використовуються фемінітиви на позначення жінок в різноманітних професіях. Навіть там, де мова йде про ті сфери життя, де традиційно представлені жінки, як то бібліотечна справа чи середня школа. Проте, позитивна динаміка по відношенню до конструювання жіночого образу присутня. Так, на шпальтах одеських газет присутні успішні спортсменки, лікарки, лідерки партій, демонструється роль соціальних працівниць і таке інше. Разом з тим, бачимо, що чоловічий образ лишається майже без змін. Чоловіки все так само мають бути успішними політиками, бізнесменами, спортсменами, «державними мужами». Люди з іншими гендерами на шпальтах регіональних одеських газет не представлені взагалі.

Незважаючи на різний стиль викладу матеріалу на шпальтах, технічні можливості, «мовне питання» (ВО - російськомовна, ОВ-і і ОВ-к – на 50% україномовні, ЧН – українськомовна), кожне з досліджуваних нами видань намагається достукатися до читача і мати з ним зворотній зв'язок, надаючи доволі широкий спектр різноманітної інформації, яка потрібна сучасній соціально активній людині. Тому й сподіваємось, що гендерно забарвлена мова, та фахова майстерність журналістів, повно й об'єктивно викладений матеріал лише сприятимуть розвиткові видання.

Отже, можна стверджувати, що сьогодні регіональна преса не тільки висвітлює набуті і актуальні моделі поведінки, але і пропонує нові суспільні норми. Хоч на прикладі газет Одеського регіону ми помітили, що ці зміни утверджуються надзвичайно повільно .

Список використаних джерел

1. Владимирский О. В Одессе отпраздновали День Независимости Украины. *Вечерняя Одесса*. № 94 (10649). Публикация от 28 августа 2018 г.
2. Волобуєва А. М. Гендерна політика у дзеркалі преси (моніторинг газет “День”, “Дзеркало тижня”, “Столиця”, “Хрещатик”). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2002. Т. 6. С. 66–69.
3. Гончаренко Тетяна. Третя стаття. Як живеться людині, яка народилася не жінкою і не чоловіком. *Українська правда*. Публікація від 28.08.2018. Інтернет-ресурс. Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society/2018/08/28/232869/>
4. Дацюк Сергій. Що таке гендер та гендерна політика? *Українська правда*. Публікація від 14.06.2007. Інтернет-ресурс. Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2007/06/14/3247208/>
5. Измайлов Артем. Три спортивных дня в Одессе. *ВО* №100 (10655). Публикация от 11 сентября 2018 г.

6. Макаров В. В., Василенко І. В. Філософія і соціологія статі: монографія. Волгоград : Вид-во держ. техн. ун-ту, 2002. 88 с.
7. Маслова Ю.П. Репрезентація образі сучасного чоловіка у друкованих ЗМІ: гендерний аспект. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Вип. 16. С.190-195
8. Одесса торжественно отметила День Независимости Украины. *Чорноморські новини*. № 003 (22022). Публікація від 12 січня 2019 року.
9. Сексуальність та гендер у медіа - Як медіа визначають, що є «нормальним». *Media Драйв*. Internet-ресурс. Режим доступу: <http://mediadriver.online/seksualnist-ta-gender-v-media/yak-media-viznachayut-shho-ye-normalnim/>
10. Совенко О. Гендерний дискурс у сучасних медіа (на матеріалах моніторингу регіональної преси 2017-2018). *Гендер в деталях*. Публікація від 10 травня 2018 р. Internet-ресурс. Режим доступу: <https://genderindetail.org.ua/library/ukraina/genderniy-diskurs-u-suchasnih-media-na-materialah-monitoringu-regionalnoi-presi-2017-2018-134487.html>
11. Уразов Владислав. Миллион за идею. *Одеські вісті*. Випуск від 31.10.2018 р. – С.1-2.
12. Штурхецький С.В. Гендерні медійні практики: Навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів / Колектив авторів. Київ, 2014. 206 с. Електронний додаток: диск «Гендерні медійні практики».

Валентина Кубко,

Марія Гордієнко

Одеський національний політехнічний університет,

Одеса, Україна

ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Розглядаються основні напрямки розбудови іміджу органів державного управління засобами паблік рилейшнз.

Ключові слова: *імідж, паблік рилейшнз, організація, громадська думка.*

Рассматриваются основные направления развития имиджа органов государственного управления средствами паблик рилейшнз.

Ключевые слова: *имидж, паблик рилейшнз, организация, общественное мнение.*

The article discusses the main directions of development of the image of state bodies of public relations.

Keywords: *image, public relations, organization, public opinion.*

Складовими формування іміджу органів державного управління повинні бути різні форми зв'язку із громадянами, суспільними об'єднаннями, політичними партіями й суспільством у цілому.

Процес розбудови іміджу органів державного управління має органічно поєднуватися з реалізацією заходів щодо структурної перебудови державного управління, яке охоплює державний апарат і його зв'язки з громадянами, суспільними організаціями, політичними партіями, підприємницькими структурами, народним господарством. Усе це в кінцевому рахунку виводить на рішення створення позитивного іміджу органів державного управління, на базі визначених у Конституції України принципів єдності державної влади [1].

Наступним магістральним напрямком у технології побудови міцного позитивного іміджу є здійснення комплексу заходів із його правового забезпечення, з акцентом на вирішення статусно-організаційних проблем, пов'язаних із визначенням правового статусу спеціальної служби (або відділу), аналогічного тому, який обслуговує центральні органи виконавчої влади. Важливими складовими правового забезпечення державної організації є встановлення гарантії її правового статусу.

Паблік рилейшнз сьогодні визначається як одна із складових частин управління організацією і побудовою іміджу. Це стосунки громадськості й реалізація програми дій для набуття громадського розуміння і сприйняття [7, 19].

Основною метою діяльності паблік рилейшнз органів державного управління є створення зовнішнього й внутрішнього соціально-політико-психологічного середовища, сприятливого для успіху організації, забезпечення необхідної поведінки цього середовища по відношенню до установи.

Діяльність паблік рилейшнз в організації можна здійснювати кількома напрямками, орієнтованими на різні кола громадськості (широку чи місцеву громадськість) чи на досягнення визначених цілей (побудову іміджу установи, подолання кризових явищ і т.д.) [5, 106].

Основними сферами й напрямками діяльності паблік рилейшнз є: робота із засобами масової інформації (відносини із широкою громадськістю), відносини з підприємствами, установами, організаціями, партіями, рухами, фондами, відносини з місцевою громадськістю, із місцевими органами управління, відношення з інвесторами, управління кризовими ситуаціями.

В. Бебик пише: «Із формуванням державних структур незалежної України постала проблема заповнення ідеологічного вакууму та

формування єдиної системи пропаганди цінностей та постулатів новоствореної держави. У цьому плані PR-служби облдержадміністрацій об'єктивно залишилися більш консервативними (з психологічної точки зору), ніж відповідні служби у міністерствах, відомствах і центральних установах» [4, 30].

Ключовим елементом роботи із паблік рилейшнз є вплив на стан громадської думки. Більшість акцій паблік рилейшнз проводиться з метою: переконати людей змінити свою думку; сформувати громадську думку, коли її немає; посилити (зміцнити) наявну думку громадськості.

Побудову іміджу можна описати як комунікативне програмування, оскільки йдеться про відбір найбільш сприятливих форматів [3, 40].

Робота організацій у системі державного управління, як великої, так і дрібної, в спектрі громадської думки повинна враховувати наступні особливості:

- громадська думка змінюється – її недостатньо один раз сформувати, з нею потрібно працювати постійно;
- потенційна цілеспрямованість поведінки громадськості обумовлюється реаліями дійсності (сьогодення);
- не існує єдиної та уніфікованої широкої форми роботи з нею – вплив на громадську думку повинен орієнтуватися на конкретні групи чи сегменти громадськості;
- громадська думка досить часто змінюється більшим чином подіями, а не словами;
- думка громадськості визначається її інтересами.

Таким чином, вектор спрямованості дій органів державного управління в напрямку співпраці з громадською думкою у XXI ст. стає все більш актуально необхідним та професійним.

Головним умінням у сфері публік рилейшнз є вміння будувати вербальні або мовні комунікації. У практичному аспекті це становить вміння говорити й писати: 1) те, що потрібно, 2) так, як потрібно, 3) там, де це потрібно, 4) тоді, коли це потрібно, 5) тому, кому це потрібно.

Працювати з текстом як з комунікаційною одиницею – цьому необхідно навчати людей [2, 82].

Особливо важливо це вміти керівникам високих рівнів управління, яким доводиться виступати перед аудиторією, виконувати громадські заяви, промови, виступати зі статтями в пресі.

На думку французьких фахівців, формування позитивного іміджу органів державного управління можливе лише за наявності наступних передумов:

1. Політичні передумови. Лише при сильній і стабільній політичній владі можливе ефективне функціонування державного апарату. Факти свідчать, що хоча посилення виконавчої влади і є необхідною умовою, але ніяк не є умовою достатньою.

2. Фінансова передумова: побудова іміджу органів державного управління неможлива без плану її фінансового забезпечення.

Формування міцного, позитивно-корпоративного іміджу в цілому коштує дорого, на першому етапі необхідно підвищити заробітну плату певним категоріям службовців, придбати технічне обладнання, побудувати або відремонтувати та реставрувати приміщення.

Інформація, яку, за переконанням журналістів, легше “продати”, тобто привернути увагу читачів і глядачів, різниться від інформації, яку хотіли б побачити і прочитати урядовці [6, 57].

Якщо орган державної влади намагається відігравати позитивну роль у суспільстві, як це має бути, то структура й функції політичних інститутів повинні бути переглянуті. Зниження довіри пояснюється багатьма

причинами. Одні з них містяться у поведінці окремих посадових осіб, інші пов'язані з неприйнятним типом політичного лідерства. Люди незадоволені органами державного управління, її апаратом, який проводить незрозумілу йому політику, коли процес прийняття ключових державних рішень відбувається за закритими дверима. Людям не подобається низька якість державних послуг, вартість утримання держапарату й ставка податків.

Як зауважує Б. Гурне, люди прагнуть реформувати систему державного управління з тих часів, коли вона виникла [за 3, 67]. Це процес перманентний, існує протягом усіх епох і характерний для всіх суспільств. І це закономірно, тому що світ весь час ускладнюється, стає більш динамічним, з'являються нові технології, зрозуміло, що й форми та методи побудови іміджу органів влади повинні відповідати вимогам часу.

Отже, побудову іміджу, назвемо її технологією завоювання довіри, можна розглядати як основний фактор у формуванні міцного позитивного іміджу органів державного управління.

Список використаних джерел

1. Конституція України [Електронний ресурс] : [Тлумачення від 15.05.2014] // Відомості Верховної Ради України. 1996. №30. Ст.141. Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.
2. Алёшина И.В. Паблік рилейшнз для менеджерев. М.: ЭКМОС, 2003. 480 с.
3. Балабанова Л.В. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. К.: Вид. дім «Професіонал», 2008. 528 с.
4. Бебик В.М. Базові засади політології: історія, теорія, методологія, практика : Монографія. К.: МАУП, 2000. 384 с.
5. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності. К.: КНЕУ, 2005. 276 с.

6. Буари Ф. Паблік рилейшнз, или стратегия доверия : Пер.с фр. М.: Консалтинговая группа “Имидж – контакт”: Инфра – М, 2001. 178 с.

7. Василенко В. А. Стратегічне управління : навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2003. 396 с.

Зірчак Ганна,

Юлія Мариморич

Одеський національний політехнічний університет

Одеса, Україна

ГЕНДЕРНА СТРАТИФІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У статті розглянуто проблеми гендерної стратифікації в контексті розвитку сучасного інформаційного суспільства.

Ключові слова: *гендер, гендерна стратифікація, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційні технології, гендерна нерівність, гендерні стереотипи.*

В статье рассмотрены проблемы гендерной стратификации в контексте развития современного информационного общества.

Ключевые слова: *гендер, гендерная стратификация, информационное общество, информационно-коммуникативные технологии, гендерное неравенство, гендерные стереотипы.*

The article deals with the problems of gender stratification in the context of the development of the modern information society.

Keywords: *gender, gender stratification, information society, information and communication technologies, gender inequality, gender stereotypes.*

Процеси демократизації та гуманізації в сучасному українському суспільстві передбачають створення широких можливостей для самореалізації особистості незалежно від її соціального походження, віку, статі, національності, релігії тощо. Одним із найвагоміших загальнолюдських принципів є принцип рівності – визнання того, що всі люди мають бути рівними між собою незалежно від будь-яких особливостей.

У найзагальнішому вигляді нерівність означає, що люди живуть в умовах, за яких вони мають нерівний доступ до обмежених ресурсів матеріального і духовного вжитку. Для опису системи нерівності між групами (спільнотами людей) широко застосовують поняття «соціальна

стратифікація». Стратифікація передбачає, що певні соціальні відмінності між людьми набувають характеру ієрархічного поділу. Найважливішими критеріями соціальної диференціації є позиція у владній структурі, у сфері зайнятості, а також дохід або власність. Таким чином, соціальна стратифікація – це система, в якій люди поділяються на групи відповідно до їх ставлення до влади, власності та престижу [4, 180].

Отже, кожне суспільство стратифіковане і відрізняється від інших типом стратифікації. Відмінності можуть бути навіть всередині одного суспільства, в один і той же час. Але можна виділити універсальну модель стратифікації, яка притаманна кожному суспільству. Це поділ людей за їх статевою приналежністю, тобто на чоловіків і жінок. Незалежно від того, яку систему може використовувати суспільство для поділу людей на різні верстви, стать є суттєвим елементом таких відмінностей у кожній групі [3, 204].

У сучасних соціальних та гуманітарних дослідженнях гендер не має єдиного універсального визначення, як вкрай складний феномен, гендер є сукупністю та переплетенням взаємовідносин і процесів у соціальному житті. Гендер – це поняття, яке використовується у більшості соціальних та гуманітарних наук на позначення відображення соціокультурного аспекту статевої приналежності людини. На відміну від української мови, де поняття «стать» відображає суть проблеми, в англійській мові існує два терміни: секс (sex), що означає стать та гендер (gender) – соціостать. Обидва ці терміни використовуються на позначення так званої горизонтальної соціостатевої стратифікації суспільства на відміну від вертикальної: класової, станово-представницької стратифікації тощо. Поняття sex використовують для розуміння біологічної статі, що в кінцевому рахунку вказує на відмінності між жіночим та чоловічим організмами, поняття gender у свою чергу виступає як соціальна

конструкція, що вказує на особливості поведінки, моралі, соціальної стратегії тощо.

У найширшому розумінні поняття гендер ми можемо визначити як змодельовану соціальними інститутами і суспільством в цілому систему норм, цінностей, ідей, поглядів, характеристик і норм поведінки, стилю та особливостей життєдіяльності і способів мислення, відносин та ролей чоловіків і жінок, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що визначаються набором соціально-економічних, політико-ідеологічних та культурних аспектів людського буття й конструюють уявлення про відносини жінок і чоловіків взаємності від статі [6, 49]. Поняття «гендер» підкреслює, що чоловічі і жіночі ролі в суспільстві конструюються і визначаються соціально.

Розроблену на Заході концепцію гендеру більшість людей автоматично відносить до розряду «жіночих проблем», рішення яких надає самим жінкам. І, говорячи про поняття гендеру в наших умовах, доводиться постійно долати існуючий стереотип «жіночого питання», підкреслюючи, що гендерні проблеми – це передусім проблеми соціальні, тобто проблеми не тільки жінок, але і чоловіків, проблеми усього суспільства. Вони не зводяться тільки до взаємин фізіологічних статей і розподілу ролей у відтворенні населення. Гендерні відносини пронизують всю культуру, суспільний устрій, державні інститути, методи прийняття рішень і стиль мислення. Вони накладають потужний відбиток на мову, звичаї, мистецтво, нерідко на інтер'єр будинку і навіть на виробництво. Таким чином, цілісність гендерного підходу – одна з головних рис, яка відрізняє його від «феміністського» або «жіночого». Важливий напрямок гендерних досліджень – аналіз не тільки жіночих проблем, але і чоловічих (включаючи батьківство, поєднання ролей тощо). Безпроблемність

становища чоловіків у суспільстві теж стала стереотипом суспільної свідомості.

Гендерні дослідження є міждисциплінарними. Вони стосуються проблем права, економічних відносин, охорони здоров'я, сімейних взаємин, соціології, освіти, літератури, культури тощо. Надзвичайна складність гендерних проблем потребує комплексного підходу до їх вирішення, довгострокового і поетапного просування, залучення не вузького кола ентузіастів і активістів, а максимально широких верств населення. Тобто ця справа не тільки і не стільки жінок, скільки всього суспільства. В останні роки вже проводяться дослідження чоловічих проблем нарівні з жіночими на прикладі підлітків, подружжя, батьків.

Основні тенденції розвитку вітчизняної фемінології в останні роки проявляються таким чином. Посилюється увага до жіночої проблематики, як у науці, так і в засобах масової інформації. Зростає кількість наукових публікацій, у них досліджується економічне, соціальне та політичне становище жінок у нашій країні та за кордоном, розглядаються проблеми та перспективи зайнятості жінок, материнство, питання конституційної рівності жінок, діалектика відносин жінки та суспільства. Важливим напрямом є розгляд проблем адаптації жінок до ринкових відносин, їх конкурентоспроможності, вміння вбудуватися в сучасні структури і системи. Зростає кількість спеціалізованих національних науково-дослідних центрів, зміцнюється міжнародне співробітництво вчених і практиків. Важливу роль відіграє систематичне проведення міжнародного міждисциплінарного конгресу з проблем становища жінок, починаючи з 1981 року, раз на три роки в різних країнах. Він викристалізовує наукові висновки, робить їх доступними для практичної реалізації, дозволяє вести моніторинг міжнародних і національних програм щодо поліпшення становища жінок. Відбулося вже чотири таких конгреси. Міжнародні

симпозіуми і семінари сприяють концентрації інтелектуальних і матеріальних зусиль, науковому просуванню в досліджуваній області, підтримуються ЮНЕСКО і ООН [1, 83].

Гендер є дуже складним поняттям, бо розкриває багатоаспектність цього явища. У соціально-філософських дослідженнях поняття гендер вживається у багатьох значеннях, а саме як: соціокультурна та рольова інтерпретація поведінки жінок і чоловіків, як процес набуття соціальності індивідуумів, які народилися в біологічних категоріях чоловіка та жінки, і як політика рівноправ'я і надання чоловікам та жінкам рівних можливостей і механізмів реалізації цих можливостей у інформаційному соціумі [2, 592].

Зазначимо, що розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій в рамках гендерної політики в державі збільшує можливості жінок. На сьогодні інформаційно-комунікаційні технології створюють унікальні можливості для виявлення та розвитку людського потенціалу. Основні ідеї зародження, становлення та розвитку інформаційного суспільства та його філософської рефлексії були закладені відомим дослідником – Мануелем Кастельсом, який сфокусував проблему впливу інформаційно-комунікаційних технологій не на технологічній інфраструктурі, а на соціальних наслідках швидкого розвитку інформаційних технологій і їх впливу на гендерну політику зокрема [5,24]. Отже, інформаційно-комунікаційні технології не є нейтральними в проблемах гендерної політики.

Відзначимо, що робота в глобальній мережі Інтернет з величезними можливостями доступу до світових ресурсів має велике значення у забезпеченні якісної гендерної політики. Розвиток інформаційного суспільства вносить свої корективи в методи розширення жіночого інформаційного простору як дуже важливого інструменту для розвитку

жіночих співтовариств у всьому світі. Жінки, які становлять більшу частину населення планети, поза сумнівом виступають суб'єктами гендерної стратифікації. Репрезентація цих проблем у віртуальному просторі набуває великої актуальної значущості.

Варто сказати, що розширення жіночого соціального інформаційного простору надає ефективну можливість для жінок брати участь в соціальній і політичній сферах суспільства, тим самим розширюючи їх професійний, культурний і творчий потенціал.

Незважаючи на те, що розвинене інформаційне суспільство постійно трансформується, збалансована гендерна політика починає тільки формуватися, цей процес поступовий і потрібно зробити досить багато для обмеження гендерної нерівності. Слід особливо підкреслити необхідність пошуку нових можливостей подолання гендерної асиметрії у суспільстві, стереотипного типу мислення, оскільки в зв'язку з глобальними проблемами, які виникають в рамках розвитку інформаційного суспільства, необхідне досягнення гармонії і подолання гендерного дисбалансу.

Складовою загального принципу рівності є незалежність від статі. Стать є природною константою, що виражає сукупність анатомо-фізіологічних властивостей, за якими людина визначається як жінка або чоловік. Рівність статей не означає їх біологічну ідентичність або ігнорування фізичних можливостей, психічних та психологічних характеристик. Відмінності не повинні негативно відбиватися на умовах життя чоловіків і жінок, спричиняти дискримінацію. Сьогодні гендерна рівність є фундаментальною цінністю третього тисячоліття на рівні зі свободою, справедливістю, толерантністю.

Список використаних джерел

1. Бреус С. М. Міжнародно-правові стандарти і зарубіжний досвід у сфері гендерної ідентичності. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2014. № 3. С. 83-87.
2. Бриндіков Ю. Л. Гендер: суспільно-політичний аспект. *Університетські наукові записки*. 2012. № 3. С. 591-595.
3. Власова Т.І. Формування гендерних стереотипів в західноєвропейській філософії. Київ. : Генеза, 2006. 289 с.
4. Гендер для медій. За ред. Марії Маєрчик, Ольги Плахотнік, Галини Ярманової. К. : «Критика», 2013. 216 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
6. Кучава К. О. Проблеми гендерної рівності у сфері трудових відносин в Україні. *Управління розвитком*. 2014. № 6. С. 48-50.

Анастасія Черепкіна

Національний університет «Одеська юридична академія»

Україна, Одеса

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ПРИ ПРОСУВАННІ ТЕРИТОРІЙ

У роботі описано поняття територіального маркетингу як маркетингу в інтересах території. Акцентується увага на іміджі й події як інструментах просування територій. Узагальнюються параметри, використовувані для позиціонування регіонів та територій на локальному рівні.

Ключові слова: імідж, територіальний маркетинг, засоби маркетингових комунікацій, маркетинг подій.

В работе описано понятие территориального маркетинга как маркетинга в интересах территории. Акцентируется внимание на имидже и событиях как инструментах продвижения территорий. Обобщаются параметры, используемые для позиционирования регионов и территорий на локальном уровне.

Ключевые слова: имидж, территориальный маркетинг, средства маркетинговых коммуникаций, маркетинг событий.

The paper describes the concept of territorial marketing as marketing in the interests of the territory. The emphasis is on the image and events as tools for the promotion of territories. The parameters used for positioning regions and territories at the local level are generalized.

Keywords: image, territorial marketing, means of marketing communications, marketing of events.

Загальновідомою є концепція територіального маркетингу Дональда Хайдера, Ірвінга Рейна й Філіпа Котлера, згідно з якою сучасні території стають товарами, а споживачами є усі мешканці цих територій чи інших, котрі потрапляють на згадані території. Маркетинг територій досліджується останні майже тридцять років. В Україні цими питаннями займаються такі вчені як М. Окландер, О. Михайленко, Є. Ромат, В. Дубницький та ін.

Територіальний маркетинг – це маркетинг в інтересах території, її внутрішніх суб'єктів, а також зовнішніх об'єктів, в увазі яких зацікавлена територія [5, 83].

Ромат Є. виділяє у територіальному маркетингу мегарівень (об'єктом маркетингу територій є територія декількох держав), макрорівень (територія окремої країни), мезорівень (територія окремого регіону чи сукупності регіонів), локальний рівень (окремий населений пункт), макрорівень (об'єктом виступає певне місце) [5, 163-164].

Так, до прикладу, для позиціонування регіонів можуть бути використані такі параметри: історичні і культурні традиції, природно-кліматичні умови, економічний потенціал, трудові ресурси, природні ресурси, географічне положення, винятковий статус регіону, комплекс факторів [5, 171-172]. Для територіального маркетингу на локальному рівні важливими є привабливість зосереджених у місті чи селі матеріально-технічних, фінансових, трудових, соціальних та інших ресурсів; залучення в місто державних ресурсів, товарна спеціалізація, зв'язок з життєдіяльністю конкретної особистості, історико-культурні традиції, спеціалізація у сфері сервісу й розваг тощо [4, 94].

На думку О. Чечуліна, «програми територіального маркетингу спрямовані на залучення туристичних, інвестиційних або міграційних потоків. ...Програми орієнтовані переважно на залучення туристів з власного і сусідніх регіонів, в рідкісних випадках - з віддалених. Лише найбільші культурно-історичні центри можуть розраховувати на залучення іноземних туристів» [6].

Інструменти маркетингу мають певний загальний вид, але трохи різний підхід до реалізації, якщо застосовувати до різних сфер. Перший з інструментів – імідж. Категорія іміджу тісно пов'язана із емоційним, культурним, історичним та економічним сприйняттям тієї чи іншої

території. Імідж виступає як «емоційно забарвлений стереотипний образ, ідеалізована модель елементів суспільства, предметного світу, ідеальних структур, цілеспрямовано формований суб'єктами суспільної практики в індивідуальній, груповій та суспільній свідомості для досягнення політичних, економічних, соціальних результатів та пізнання» [3].

Перша і невід'ємна частина будь-якої маркетингової стратегії, та територіальної, як у нашому випадку, це імідж територій. До його формування необхідно докласти зусиль. Адже імідж повинен відповідати дійсності і будуватися на реальних фактах і інформації, зібраних у процесі підготовки.

Для цього потрібно детально ознайомитись з особливостями місцевості, ознайомитись з її географічним розташуванням, виділити переваги та обов'язково візуалізувати. Географія допоможе з обранням символів, кольорів та будовання асоціацій. Чи багата місцевість рослинністю, водами, чистим повітрям – усі ці питання допоможуть розкрити сутність території, а маркетолог, в свою чергу, розшифрує це мовою запитів споживача.

Не менш важлива робота – спілкування із місцевим населенням, адже це першоджерело культурної та історичної спадщини території. Багато поколінь проживають у невеликих селищах та передають історію, традиції та звичаї з вуст в уста. Від них можна дізнатися про обряди, звичаї, місцеву кухню та ін. Саме місцеві передають колорит, тож з їх допомогою є змога заглибитись в атмосферу та краще відчути тонкощі та особливості території.

Так, наприклад, створюючи проект просування (а саме брендинг) села Ломачинці, компанія brandville поставила і виконала наступні завдання:

- Зібрати інформацію з відкритих джерел та поспілкуватися із населенням. Дізнатися більше про село, його життя та особливості.
- Виділити основні компоненти, на яких буде будуватися бренд.
- Узгодити результати із місцевим населенням та самоврядуванням.
- Розробити графічні макети брендваної продукції.

У результаті, було надруковано різноманітну сувенірну продукцію. Розроблено таблички для позначення вулиць, плакати та буклети [див. детальніше: https://logogo.studio/brandville/?fbclid=IwAR3y-VTB9t9SuIi8tJcc6ZhFEclSV8Cx6llxUdphVCcZCNdrxJkT_GWptrs].

Наступний інструмент, який виділяють дослідники – подія. Подія – організаційно складний проект, який дає змогу ознайомити потенційних споживачів з новими властивостями території як об'єкта для привернення інвестицій [2].

Тобто подією є будь-який захід, що створює позитивні інформаційні приводи, та виділяється значимістю для суспільства. Подієвий маркетинг включає в себе знайомство з місцевістю та досвід переживання, що забезпечує емоційну залученість споживача до системи цінностей території.

С. А. Глобова пропонує наступну типологію подій:

- зовнішні та внутрішні;
- політичні, корпоративні, соціальні, культурно-розважальні, наукові та спортивні;
- формальні та неформальні;
- міжнародні, державні, регіональні та міські [1].

Тож за допомогою події як інструмента просування території можна досягти наступних ефектів:

- інтерес потенційних споживачів до товарів та туристичних послуг;

- створення інформаційного приводу для ЗМІ, що створює довготривалий ефект;
- розгляд учасників події у ролі великої фокус-групи, за допомогою якої збирається та накопичується інформація про споживача;
- вплив на емоційну складову цільової аудиторії, що дозволяє надовго залишитися в пам'яті [1].

Підбиваючи підсумки, можна стверджувати, що імідж території - це перший крок у стратегії вибудовування територіального маркетингу, оскільки саме імідж є візитівкою місцевості, що викликає асоціації та коротко і ясно розкриває сутність місцевості для тих, хто з нею не знайомий. Подія як інструмент просування території здійснює комплексний підхід та багатоаспектний вплив на споживача.

Список використаних джерел

1. Глобова С. А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории. *Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф.* (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). СПб., 2013. С. 137–140.
2. Климова Т.Б., Вишневская Е.В. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий. *Научный результат*. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-marketing-novyy-vektor-razvitiya-territoriy> (дата обращения: 10.03.2019).
3. Лысова Н. А. Маркетинг территорий. Москва, 2018. 147 с.
4. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: учебник для вузов. 8-е изд. СПб., 2013. 512с.
5. Ромат Е.В. Реклама. 7-е изд. СПб., 2008. 512 с.

6. Чечулин А.В. Культурный фактор в теории и практике территориального маркетинга. *Медиаскоп*. 2012. Вып. 2. URL: <http://mediascope.ru/node/1035> (дата обращения: 19.02.2019).

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ДОКУМЕНТАМИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Мария Яковенко

Нина Кутузова

Одесский национальный политехнический университет,
Одесса, Украина

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА И УКРАИНА

У роботі мова йде про створення та діяльність Міжнародної організації праці та про участь у неї України.

Ключові слова: Міжнародна організація праці, Статут МОП, значення МОП, конвенція.

В работе речь идет о создании и деятельности МОТ и об участии в ней Украины.

Ключевые слова: Международная организация труда, Устав МОТ, значение МОТ, конвенция.

The article deals with the creation and activities of the international labour organization and Ukraine's participation in it.

Keywords: protection of workers, flying countries, convention, regulation, International Labour Organization.

В 2019 году исполнилось 100 лет Международной организации труда. Юбилей отмечался в 185 странах – участниках, для которых важны провозглашённые МОТ идеи всеобщего мира и социальной справедливости.

Высшим органом является Международная конференция труда, на которой принимаются все акты МОТ. Конференции проводятся ежегодно в июне в Женеве. На этих международных форумах обсуждаются трудовые проблемы, касающиеся гендерного неравенства, принудительного труда и

устанавливаются стандарты основных прав. Делегатами конференций избираются по 2 представителя от правительства стран – участниц и по одному от представительных организаций работодателей и работников. Все они имеют равноценные голоса. Постоянный секретариат МОТ – Международное бюро труда располагается в Женеве и является оперативным штабом, исследовательским и издательским центром. 250 сотрудников и экспертов работают в штаб – квартире и в 40 представительствах по миру. Руководит бюро Генеральный директор, который избирается на 5 лет.

В 1946 году между ООН и МОТ было заключено соглашение о сотрудничестве и признании МОТ специализированным учреждением ООН. Цели МОТ состоят в улучшении условий труда путём регулирования рабочего времени, рынка труда, предотвращение безработицы, обеспечение минимальной заработной платы, защиты от профессиональных заболеваний и несчастных случаев на производстве, охраны труда детей, подростков и женщин, защиты прав рабочих – мигрантов, инвалидов и пенсионеров, а также профессиональное и техническое обучение.

МОТ разрабатывает международные трудовые нормы, подготавливает программы по улучшению жизни трудящихся, оказывает консультационные услуги, проводит исследования и анализ социально – экономических проблем в сфере труда.

МОТ принимает конвенции, которые после ратификации странами – участниками, являются международными договорами, обязательными для исполнения. Но они не являются юридическими актами и МОТ не может принуждать к исполнению даже ратифицированные конвенции. В исключительных случаях может призвать своих членов к воздействию на государства, злостно нарушающих международные трудовые стандарты,

как это было в 2001 году в отношении Мьянмы за использование принудительного труда. Здесь были применены экономические санкции. Всего МОТ утвердила 190 конвенций и 202 рекомендации. Сейчас МОТ проводит в жизнь более 1000 программ технического сотрудничества в 90 странах мира.

От других международных организаций МОТ отличает трипатризм, который содействует диалогу между правительствами, работодателями и работниками.

В 1969 году МОТ была присуждена Нобелевская премия мира. По инициативе МОТ с 28 апреля 2003 года стал отмечаться Всемирный день охраны труда.

Украина – член МОТ с 12 мая 1954 года. Её дважды избирали в состав Административного совета в периоды 1996 – 1999 и 1999 – 2002 годов. Наша страна ратифицировала более 60 конвенций.

В 2012 году Министерство труда Украины и МОТ подписали новую программу на 2012 – 2020 годы. Её целью является содействие достойному труду и его достойной оплате как ключевому элементу развития трудового права в Украине. Она включает 7 проектов на общую сумму 10 миллионов долларов США. Национальный координатор МОТ находится в Киеве.

МОТ сумела стать инструментом сотрудничества и диалога между рабочими и их правительствами. Она оказала влияние на законодательства всех стран. Сейчас перед МОТ стоят качественно другие цели и задачи, чем те, что стояли перед ней 15 – 20 лет назад. Это связано прежде всего с глобализацией мировой экономики, негативные последствия которой отражаются на трудящихся всех стран, вынужденных работать в условиях жёсткой конкуренции, ускорения технологических изменений, роста социального неравенства.

Список использованных источников

1. Кодекс законів про працю України. К., 2017.
2. Лютов Н.П., Морозов П.Е. Международное трудовое право. М., 2011.
3. Міжнародна організація праці. [WWW.ilo.org.ua](http://www.ilo.org.ua)
4. Новоселовська І. Роль Міжнародної організації праці в забезпеченні виконання Українського законодавства із захисту трудових прав працівників. К., 2016.
5. Програми гідної праці – основа співробітництва МОП з Україною. [WWW.un.org.ua](http://www.un.org.ua)
6. Устав Международной организации труда. Минск, 2008.

Ірина Берікул,
Марія Якубовська

Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ЗАСАД ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОНФІДЕНЦІЙНОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА В УКРАЇНІ

У статті розглянуто законодавче підґрунтя регулювання конфіденційного документообігу в зарубіжних країнах та в Україні; визначено параметри кваліфікування комерційної таємниці; запропоновано ключові способи забезпечення конфіденційної інформації в економічному секторі нашої країни.

Ключові слова: *ринкова економіка, конфіденційна інформація, комерційна таємниця, фірма/підприємство, законодавче регулювання.*

В статье рассмотрены законодательная база регулирования конфиденциального документооборота в зарубежных странах и в Украине; определены параметры определения коммерческой тайны; предложено ключевые способы обеспечения безопасности конфиденциальной информации в экономическом секторе нашей страны.

Ключевые слова: *рыночная экономика, конфиденциальная информация, коммерческая тайна, фирма / предприятие, законодательное регулирование.*

The article discusses the legal framework for the regulation of confidential documents in foreign countries and in Ukraine; Defined parameters for determining trade secrets; suggested key ways to ensure the security of confidential information in the economic sector of our country.

Keywords: *market economy, confidential information, trade secrets, company / enterprise, legislative regulation.*

У сучасній українській ринковій економіці обов'язковою умовою успіху підприємця, отримання ним прибутку та збереження в цілісності створеної організаційної структури є забезпечення економічної захищеності його діяльності. Одна зі складових економічної безпеки – інформаційна – досягається завдяки використанню комплексу систем,

методів та засобів захисту комерційної інформації від можливих зловмисних дій конкурентів та з метою збереження її цілісності, конфіденційності.

Мета дослідження – проаналізувати правові засади конфіденційного документообігу різних країн для визначення рівня економічної безпеки українського бізнесу на світовому ринку та в межах нашої країни.

Нині практично у всьому світі масовим стало явище безсоромного запозичення інтелектуальної та промислової власності. Зарубіжні країни усе частіше прагнуть незаконним шляхом (через підкуп, переманювання інтелектуального капіталу нашої країни) заволодіти закритою інформацією, що має економічну вагу. Тому забезпечення інформаційного захисту підприємств, фірм будь-якої форми власності в умовах ринкової економіки вимагає цілеспрямованих дій.

У США, Німеччині, КНР, Японії та інших країнах захист комерційної таємниці реалізує система промислової секретності, яка ґрунтується на відповідній правовій базі. При цьому основну роль у забезпеченні збереження комерційної таємниці відіграють не самі фірми, а недержавні органи [8].

У Сполучених Штатах, що мають найбільш досконале законодавство у сфері захисту інформації, Закон про комерційну таємницю або, за їхньою термінологією, – Закон про фірмові секрети (таємниці виробництва) був прийнятий тільки в 1979 р. Згідно з документом комерційну таємницю становить інформація, яка: має самостійну економічну вартість завдяки тому, що не є загальновідомою та доступною людям, що можуть використовувати її в комерційних цілях; є об'єктом розумових зусиль щодо її захисту.

Оскільки юридично надзвичайно складно довести, що та чи та інформація є комерційною таємницею, закон рекомендує кожному

підприємству створити документ, у якому необхідно вказати цінність інформації (які кошти витрачені на отримання інформації та у що обійдеться її несанкціоноване оприлюднення) та назвати, які заходи захисту секрету були прийняті.

У Німеччині діє закон про недобросовісну конкуренцію [4, 16], у якому виділяють два види таємниць – виробничу і комерційну. Цей документ встановлює кримінальну відповідальність до 3 років тюремного ув'язнення за повідомлення комерційної чи виробничої таємниці стороннім особам, а також за її вивідування. До виробничої таємниці в Німеччині уналежнюють відомості організаційного і технічного характеру, які описують способи виробництва, технології, організацію праці, а також технічні відкриття, винаходи або відомості про характер і цілі дослідних робіт.

Комерційною таємницею, на відміну від виробничої, є відомості про торговельні відносини фірми/підприємства: організація і розмір обороту, стан ринків збуту, відомості про постачальників і споживачів, відомості про банківські операції [8].

Держрада КНР в 1988 році затвердила положення про комерційні служби безпеки [2, 64], що не входять до структури державних правоохоронних органів. Комерційні служби безпеки є госпрозрахунковими організаціями та виконують певні види робіт і послуг відповідно до контрактів, що укладаються з держустановами, кооперативами, приватними підприємствами, а також підприємствами, заснованими на змішаному капіталі. Рішення про те, які таємниці необхідно захищати на кожному підприємстві, у кожній організації приймаються на основі домовленості і базуються на економічному розрахунку.

У Японії немає жодних нормативних актів, що передбачають

відповідальність за розголошення комерційної таємниці. Проблему вирішують на місцях у такий спосіб: на департамент кадрів, що є в кожній японській фірмі, покладено контроль за неухильним дотриманням режиму секретності, що ґрунтується на кодексі поведінки службовців. У ньому вміщено положення, які забороняють:

- передавати стороннім особам відомості, що складають комерційну таємницю;
- укладати угоди, які можуть підірвати довіру до компанії з боку клієнтів;
- влаштовуватися без дозволу керівництва на роботу за сумісництвом;
- навмисне завдавати економічних збитків;
- давати і отримувати хабарі.

Слід зазначити, що японський бізнес найменше страждає від витоку інформації. На нашу думку, це пов'язано із системою довічного найму і вихованням у співробітників почуття патерналізму, тобто ставлення один до одного як до членів однієї сім'ї [2, 37].

Засновник фірми «Соні» Акіо Моріта стверджував, що коли немає відданості, яка приходить із довгостроковою зайнятістю, то немає можливості покласти кінець витоку інформації та розкрадань, від яких повсякденно страждає бізнес на Заході.

В Україні, на жаль, не існує єдиного спеціального законодавчого акта, яким були би врегульовані питання щодо застосування та захисту комерційної таємниці, що негативно впливає на пов'язані з нею правовідносини. Визначити правовий механізм захисту комерційної таємниці в межах правового поля України можна, користуючись такими нормативними актами в сукупності: Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (гл. 4), Законом України «Про науково-

технічну інформацію», Цивільним кодексом України.

На підставі ключових нормативних документів сформулюємо принципи кваліфікування комерційної таємниці та її ефективного захисту.

При засекречуванні інформації треба керуватися принципом економічної вигоди і безпеки фірми. Причому, оголошуючи ту чи ту інформацію комерційною таємницею, важливо віднайти «золоту середину». Надмірне засекречування діяльності фірми може обернутися втратою прибутків, оскільки умови ринку вимагають широкої реклами нової продукції чи послуг. Аналогічні результати може мати зневажливе ставлення до комерційної таємниці, позаяк ринок це завжди конкуренція. Американські підприємці вважають, що втрата 20% інформації може спричинити розорення фірми протягом місяця в 60 випадках зі 100.

Інформація типу ноу-хау, безумовно, повинна бути уналежнена до класу комерційної таємниці. Її слід охороняти не лише від конкурентів, але й від власного персоналу, адже завжди існує небезпека, що той чи той співробітник звільниться і влаштується на роботу до фірми-конкурента.

За кордоном існує практика підписання зі співробітником угоди, за якою після звільнення йому заборонено працювати на фірму-конкурента. Щоправда, такого типу угоди діють лише протягом певного терміну після розірвання договору про співпрацю. Крім того, під час дії обмежувальних заходів особа повинна отримувати грошову винагороду. В українській практиці такі угоди допоки не використовують, хоча юристи визнають їх релевантність.

Інформація про раціоналізаторську пропозицію, винахід тощо, яка перебуває на етапі розробки, без сумніву, також належить до комерційної таємниці. Раціоналізаторська пропозиція навіть після її оформлення і отримання авторського свідоцтва може залишатися комерційною таємницею, оскільки є технічним вирішенням завдання, нового для певної

фірми. Після патентування винахід має спеціальну правову охорону і тому не потребує статусу комерційної таємниці. Інша справа, якщо за угодою з автором винаходу фірма вирішить не подавати заявку до ДП «Український інститут інтелектуальної власності (Укрпатент)». Тоді охорона інформації повністю покладається на фірму. Слід підкреслити, що рішення не подавати заявку на винахід на патентоспроможне технічне рішення можливе тільки за домовленістю з автором. Оскільки згідно з нормами, якщо роботодавець протягом трьох місяців з моменту повідомлення про винахід не подасть заявку до ДП «Український інститут інтелектуальної власності (Укрпатент)», автор має право самостійно подати заявку на отримання патента.

Основним принципом дії патенту є його обов'язкова відкритість, що сприяє прискоренню науково-технічного прогресу. Патент – це товар винахідника, яким він має право користуватися на власний розсуд. Однак в Україні досі існує практика засекречування патентів, тобто має місце порушення права винахідників. Вважаємо, що держава має не відбирати у людини право на його інтелектуальну власність, а викупувувати його, причому за ринковою вартістю [7, 245].

Особливу увагу слід приділити охороні договорів, що укладаються підприємством. Значна їх частина, безумовно, належить до комерційної таємниці. Причому в окремих випадках охороні підлягає не тільки текст договору, а й сам факт його укладання. Розробляючи заходи щодо захисту комерційної таємниці фірми, необхідно економічно обґрунтувати доцільність засекречування тієї чи тієї інформації. Передусім слід виокремити інформацію, витік якої може спричинити банкрутство фірми. Це і є суворо конфіденційна інформація. У світі бізнесу – це, як правило, ноу-хау.

До конфіденційної інформації також належать відомості про

перспективи розвитку фірми, її клієнтів, терміни і суму кредитування. Розголос цих відомостей не спричинить крах, але на певний час позбавить фірму стійкого прибутку. Не підлягає розголосу й інформація, розкриття якої може мати несприятливі наслідки. До неї належать: номери домашніх телефонів, адреси керівників і співробітників фірми, поточні плани роботи, інформація про конфліктні ситуації тощо. Решта відомостей є відкритими, тобто доступними всім. Однак слід мати на увазі, що неправильно подана інформація може допомогти аналітикам з конкуруючої фірми виявити уразливі місця. Керівник фірми повинен встановити суворий порядок зберігання перших примірників договорів та роботи з ними. Їх слід зберігати в певному місці у відповідальній особі і видавати тільки під розписку з письмового дозволу керівника.

На осіб, відповідальних за зберігання договорів і роботу з ними, покладено персональну відповідальність за втрату договорів або витік інформації з них. Все це необхідно тому, що діяльність комерційних структур ґрунтується більшою мірою на договірних засадах, і конкурент або партнер у переговорах, володіючи інформацією у цій сфері, може скласти досить повну картину виробничого і фінансового становища фірми. Зникнення (викрадення) перших примірників договорів спричинить значні ускладнення і навіть неможливість доводити ті або ті положення при виникненні прецеденту та його подальшого вирішення в судовому порядку. При підписанні договору юристи рекомендують, щоб представники сторін ставили підписи не тільки напикінці договору, але і на кожному аркуші щоб уникнути заміни одного тексту іншим.

Слід зазначити, що витрати зарубіжних фірм на охорону своєї комерційної таємниці становлять 10-15% усіх витрат на процес виробництва. Тому найбільш розважливі підприємці на цьому заощадити, переклавши витрати на плечі держави шляхом отримання

держзамовлень оборонного характеру. Крім інших переваг, держзамовлення дозволяють користуватися захистом державних правоохоронних органів і, передусім, контррозвідки. Допускаючи службовців фірми до таємниць, контррозвідка з притаманною їй ретельністю перевіряє надійність кожного з них. Традиційна перевірка громадян США, які отримують доступ до секретної інформації, звичайно включає:

- обов'язкову перевірку на детекторі брехні (поліграфі);
- ґрунтовне і всебічне вивчення досьє кандидата на роботу;
- перевірка його біографічних даних за останні 10 років;
- з'ясування цілей і обставин поїздок за кордон;
- дослідження фінансового становища.

Під час перевірки службовця отримані відомості зіставляються з даними Національного банку інформації про секретноносіїв, де на кожного з них існує електронне досьє. У ньому містяться дані попередніх перевірок, його фото, фонограма голосу, відомості про зміну в фінансовому становищі, про поїздки за кордон тощо. Крім перевірки на надійність співробітників комерційної фірми, які отримують доступ до державних секретів, контррозвідувальні органи формують систему безпеки фірми, включаючи програму захисту, вводять її в штаб своїх співробітників [7, 69].

Підсумовуючи зазначимо, що наша економіка перебуває лише на етапі становлення ринкових відносин, тому для комерційних структур стан захисту від промислового шпигунства виглядає гнітюче. В Україні існує нагальна потреба вироблення стійких механізмів захисту конфіденційної інформації, адже її витік, тобто неправомірний вихід конфіденційної інформації за межі зони її функціонування або встановленого кола осіб, може спричинити непомірні втрати не лише для конкретного

підприємства, фірми, але й для держави в цілому. Дотримання режиму конфіденційності інформації може стесуватися тих відомостей, поширення яких відповідно до чинних законодавчих актів вважають небажаним в інтересах забезпечення своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. CIS Controls™ Follow our prioritized set of actions to protect your organization and data from known cyber attack vectors. Режим доступу <https://www.cisecurity.org/controls/> (дата звернення 06.03.2019)

2. Андреянова В.В., Как организовать делопроизводство на предприятии, ИНФРА-М, 1997. 94 с.

3. Борсуковский Юрий. Национальные особенности информационной безопасности 2018. Часть 2. 17 апреля 2018 г., 17:53
Режим доступу https://ko.com.ua/nacionalnye_osobennosti_informacionnoj_bezopasnosti_2018_chast_2_124314 (дата звернення 06.03.2019)

4. Катренко А. Особенности информационной безопасности по международным стандартам // Альманах экономической безопасности. 1999. № 2. С. 15-17

5. Конфиденциальное делопроизводство и защищенный электронный документооборот: учебник / Н.Н. Куняев, А.С. Дёмушкин, А.Г. Фабрично; под общ. ред. Н.Н. Куняева. М.: Логос, 2011. 452 с.

6. Корбутяк В.І., Толчанова З.О. Діловодство: Навчальний посібник. – Рівне: НУВГП, 2010. – 122 с.

7. Кураков Л. П. Информация как объект правовой защиты / Л. П. Кураков, С.Н. Смирнов; под ред. А. М. Єфименко. Москва: Алмо, 2007. 311с.

8. Сокирник І.В. Діловодство: Конспект лекцій. Хмельницький, 2001
Режим доступу <https://buklib.net/books/33497/> (дата звернення 02.03.2019)

**Ирина Чистякова,
Никита Иванченко,
Никита Науменко**

**Одесский национальный политехнический университет
Одесса, Украина**

УЧАСТИЕ ГРАЖДАН В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

Розглядаються проблеми участі громадян у політичному процесі.

Ключові слова: *громадяни, політичний процес.*

Рассматриваются проблемы участия граждан в политическом процессе.

Ключевые слова: *граждане, политический процесс.*

Problems of participation of citizens are examined in political process.

Keywords: *citizens, political process.*

Большинство современных систем управления основаны на представительской демократии, которая предполагает периодическое участие граждан в выборах своих представителей в органы публичной власти. Такая форма представительской демократии, наряду с положительными сторонами, характеризуется и целым рядом недостатков, сказывающихся на качестве и эффективности управления.

Сами по себе выборы в представительские органы власти основываются на предпочтениях избирателей в зависимости от привлекательности политических программ и лозунгов избирательных конкурентов, которые не всегда являются объективным отражением действительности и которые, зачастую, не могут предвидеть проблемы, нуждающиеся в решении в дальней и среднесрочной перспективе.

С другой стороны, политический абсентеизм и самоустранение граждан от управленческих процессов, во многом присутствует в современном обществе, что не только позволяет определённым силам находиться бесконтрольно у власти длительное время, но и устраняться от

решения насущных социальных проблем, используя публичную власть и публичные средства в групповых, корыстных интересах.

Концепция гражданского участия основывается на необходимости советоваться с гражданами и высказывании ими своего мнения по поводу принимаемых решений на различном уровне, которые прямо или косвенно затрагивают их интересы.

Суть гражданского участия заключается в процессе, посредством которого граждане воздействуют на государственные (публичные) решения, влияющие на их собственную или общественную жизнь. Участие может быть активным, когда граждане взаимодействуют со своими выборными лицами или исполнительными органами местного управления, с целью повлиять на публичную политику или пассивным, когда граждане участвуют только в одном собрании для получения информации о ходе реализации новой программы местных властей или посещения избирательного участка по случаю очередных выборов.

Гражданское участие является наиболее эффективным, когда граждане собираются, чтобы узнать, обсудить или высказать своё мнение. Такие случаи весьма полезны для достижения консенсуса, который может быть существенной поддержкой действий местной публичной администрации.

Участие граждан способно дополнить полномочия управленческих органов в плане контроля и методов принуждения, сокращая, таким образом, расходы общественных денег и затраты времени органов власти. Участие граждан также способствует повышению эффективности и имиджа демократических институтов, сокращению кумовства и коррупции.

Участие граждан в принятии решений в обществе, основанном на демократических традициях, является многоступенчатым процессом,

предполагающим прохождение определённых этапов. Данные этапы накладываются на упомянутые уже два уровня участия, как части идеальной модели участия граждан.

Первым уровнем участия является информирование, что предполагает усилия как со стороны граждан, так и со стороны местной администрации. Публичная администрация обязана предоставлять гражданам информацию, касающуюся своей деятельности и своих планов, дабы последние смогли понять приоритетные направления административной политики местных выборных лиц.

Второй уровень относится к совету с гражданами. Данное действие властей направлено на выявление потребностей граждан, для оценки приоритетов или сбора идей и мнений, касающихся определённой проблемы.

В основе гражданского участия лежат четыре вещи:

- местная администрация, открытая к включению граждан в многогранную деятельность, в рамках процесса управления;
- постоянная передача информации от администрации к гражданам;
- эффективные способы сбора администрацией информации от граждан;
- информированные граждане, исполняющие свои обязательства участников управленческого процесса, как равные партнёры в деятельности администрации и как понимающие имеющиеся проблемы.

Гражданское участие представляет собой сочетание таких элементов как: информирование, общение и включение в отношения, которые устанавливаются между администрацией и гражданами, а деятельность администрации развивается и поддерживается таким образом, чтобы она соответствовала как можно больше потребностям и желаниям граждан.

Обобщая вышесказанное, приведём определение, согласно которому

гражданское участие представляется как совокупность действий, фокусирующих чаяния, потребности и ценности граждан в процессе принятия решений органами местного публичного управления.

Чем же обусловлено гражданское участие? Ответ на этот вопрос лежит на поверхности, а суть его заключается в самой природе местной власти и её особенных отношений с гражданами

Так как граждане проживают в городах и сёлах и отсюда:

- решения администрации носят наиболее очевидное воздействие на людей;
- вклад граждан становится более доступным, если администрация в этом заинтересована.

Разумеется, что и граждане должны понять, каковы их обязанности в данном демократическом процессе управления. Это означает, что местная администрация должна формировать у граждан понимание их роли активных участников в деятельности администрации не только в период выборов, но и на протяжении действия всего управленческого мандата.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

1. **Abdurakhmanov Kahor Pattahovich** – doctor of physical-mathematical science, professor associate Tashkent University of information technologies named after Muhammad al-Khwarizmi (Uzbekistan).
2. **Beknazarov Kamoliddin Tursunpulatovich** – PhD doctoral student University of Journalism and Mass Communication of the Republic of Uzbekistan. Scientific supervisor – Kudrathojaev Sherzod – University of Journalism and Mass Communication of the Republic of Uzbekistan. (Uzbekistan).
3. **Beknazarova Saida Safibullayevna** – doctor of technical science, professor associate Tashkent University of information technologies named after Muhammad al-Khwarizmi (Uzbekistan).
4. **Sotvoldiyeva Dildora** – assistant Ferghana branch of the Tashkent University of Information Technologies (Uzbekistan).
5. **Turg'unov Bahodir** – 3rd year student Ferghana branch of the Tashkent University of Information Technologies (Uzbekistan). Scientific supervisor – Sotvoldiyeva Dildora – assistant Ferghana branch of the Tashkent University of Information Technologies (Uzbekistan).
6. **Александров Владислав Ігорович** – студент 2-го курсу інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
7. **Асраев Зафар Ризакулович** – старший преподаватель Бухарского инженерно-технологического института (Узбекистан).
8. **Афанасьєва Анастасія** – магістратрантка 1 курсу Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка. Науковий керівник – Чередник Людмила Анатоліївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри українознавства, культури та документознавства Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка (Україна).
9. **Бабіна Валентина Олександрівна** – кандидат політичних наук, доцент кафедри правознавства Одеського національного політехнічного університету (Україна).
10. **Барган Інна** – магістратрантка 1 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Мельник Світлана Михайлівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного

- університету (Україна).
11. **Бельский Александр Михайлович** – магістрант 2-ого курсу Белорусского государственного университета. Научный руководитель – Данилов Александр Николаевич – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии Белорусского государственного университета, член-корреспондент НАН Беларуси, главный редактор журнала «Социология» (Республика Беларусь).
 12. **Берікул Ірина Олександрівна** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Якубовська Марія Георгіївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 13. **Блінська Юлія** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Сікорська Вікторія Юріївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 14. **Бомко Леся Яківна** – студентка 3 курсу Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Науковий керівник – Дяченко Марина Василівна – асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (Україна).
 15. **Брайченко Світлана Леонідівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 16. **Буряк Олександра** – студентка 2 курсу інституту машинобудування Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Брайченко Світлана Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 17. **Василакіна Марина Сергіївна** – студентка 2-го курсу інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).

18. **Василенко Олена Петрівна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
19. **Вербовська Любов** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Панькевич Олена Олександрівна – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
20. **Винокуров Руслан** – інституту промислових технологій дизайну та менеджменту Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Брайченко Світлана Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
21. **Ганиева Ш. Н.** – Ферганский политехнический институт (Узбекистан).
22. **Гордієнко Марія** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна – кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
23. **Горпініч Тетяна Ігорівна** – доцент кафедри іноземних мов ДВНЗ «Тернопільський державний медичний університет імені І. Я. Горбачевського МОЗ України» (Україна).
24. **Гулиев Алижон Абдулакимович** – асистент кафедри информационных технологий Джизакского политехнического института (Узбекистан).
25. **Демянченко Олександра** – студентка 3-го курсу факультету журналістики Національного університету «Одеська юридична академія». Науковий керівник – Грушевська Юлія Андріївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія» (Україна).
26. **Дитюк Даниїл Володимирович** – студент 2 курсу Центральноукраїнського національного технічного університету. Науковий керівник – Лукашевич Олександр Анатолійович, кандидат історичних наук, доцент кафедри суспільних наук, інформаційної та архівної справи Центральноукраїнського національного технічного університету (Україна).
27. **Дяченко Марина Василівна** – асистент кафедри журналістики,

- реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (Україна).
28. **Жумаев Охунжон Носир ўғли** – студент 1 курсу Бухарського інженерно-технологічного інститута. Научний керівник – Хўжаназаров Зайниддин Рашидович – асистент Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
 29. **Жураев Н. М.** – Ферганський філіал Ташкентського університета інформаційних технологій імені Мухаммеда аль-Хорезмі (Узбекистан).
 30. **Захаренко Олександр** - студент 2-го курсу інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Бабіна Валентина Олександрівна – кандидат політичних наук, доцент кафедри правознавства Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 31. **Зачко Владислава** – студентка 3 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Масі Наталя Іванівна – старший викладач старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 32. **Зиявитдинова Нафиса** – доцент Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
 33. **Зірчак Ганна Петрівна** – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 34. **Ибрагимов Улуғбек Мурадиллович** – докторант 1 года обучения Бухарського інженерно-технологічного інститута. Научний керівник – Олимов Какрамон Танзилович – доктор педагогічних наук, професор Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
 35. **Исмойилов Иброхим Баротович** – старший преподаватель Бухарського автомобільно-дорожного коледжа (Узбекистан).
 36. **Исмойилов Хаёт Баротович** – старший преподаватель Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
 37. **Іванченко Микита** – студент Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 38. **Каримова Зарнигор** – студентка 4 курсу Бухарського інженерно-технологічного інститута. Научний керівник – Асраев Зафар Ризакулович – старший преподаватель Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
 39. **Кіпер Ірина** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету

- Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Татакі Олена Олегівна – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
40. **Кірчук Інна** – студентка 3 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Масі Наталя Іванівна – старший викладач старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 41. **Кічова Марія Євгенівна** – студентка 2 курсу ІМІ Одеського національного політехнічного університету.. Науковий керівник – Брайченко Світлана Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 42. **Климков Алексей** – аспірант Белорусского государственного университета. Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой инновационного менеджмента экономического факультета Белорусского государственного университета (Республика Беларусь).
 43. **Ковальчук Наталія Володимирівна** – здобувач кафедри культурології та інформаційних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Науковий керівник – Петрова Л. Г. , доктор педагогічних наук, професор Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв (Україна).
 44. **Колесов Євген** – студент 3 курсу інституту інформаційної безпеки, радіоелектроніки та телекомунікацій Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Василенко Олена Петрівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 45. **Коліна Катерина Юрївна** – студентка 2-го курсу інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 46. **Кочанжі Євген** – студент 3 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Шевченко Олена Василівна – доктор наук з соціальних комунікацій, професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету

- (Україна).
47. **Кубко Валентина Петрівна** – кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 48. **Курбанов Султанбой** – асистент-преподаватель Ташкентского университета информационных технологий. Научный руководитель – Бекназарова Саида – доктор технических наук, доцент кафедры аудиовизуальных технологий Ташкентского университета информационных технологий (Узбекистан).
 49. **Курбонов Абдужалил** – преподаватель Бухарского инженерно-технологического института (Узбекистан).
 50. **Кутузова Ніна Григорівна** – кандидат історичних наук, доцент кафедри правознавства Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 51. **Лаба Оксана Василівна** – асистент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (Україна).
 52. **Лавренюк Віолетта Василівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 53. **Лесик Анастасія Миколаївна** – студентка 3 курсу Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Науковий керівник – Дяченко Марина Василівна – асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (Україна).
 54. **Макрушин Андрій** – студент 3 курсу Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Науковий керівник – Каленич Володимир Миколайович – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (Україна).
 55. **Мариморич Юлія** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Зірчак Ганна Петрівна – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 56. **Марущак Дарія** - студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна – кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-

- комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
57. **Масі Наталя Іванівна** – старший викладач старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 58. **Мельник Світлана Михайлівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 59. **Михеева А. И.** – Ферганский политехнический институт (Узбекистан).
 60. **Муслимов Н. А.** – Ташкентский государственный педагогический университет им. Низами (Узбекистан).
 61. **Муслимов Ш. Н.** – Ташкентский государственный педагогический университет им. Низами (Узбекистан).
 62. **Наджимі Діана** – магістрантка 1 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Сікорська Вікторія Юріївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 63. **Науменко Микита** – студент Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 64. **Нікулеско Андрій Владиславович** – студент 2-го курсу інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 65. **Норова Рахима Файзуллоевна** – Бухарский инженерно-технологический институт (Узбекистан).
 66. **Нур Даніїл Шахідович** – студент 2-го курсу інституту комп'ютерних систем Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 67. **Овчаренко Ольга Ігорівна** – студентка 2-го курсу Українсько-німецького навчально-наукового інституту Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського

- національного політехнічного університету (Україна).
68. **Олтинов Ш. Р.** – Ферганский филиал Ташкентского университета информационных технологий имени Мухаммеда аль-Хорезми (Узбекистан).
 69. **Петрусьова Анна** – студент 3 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Шевченко Олена Василівна – доктор наук з соціальних комунікацій, професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 70. **Побережний Сергій Сергійович** – студент 2-го курсу Українсько-німецького навчально-наукового інституту Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Лавренюк Віолетта Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 71. **Польовик Світлана Миколаївна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, науковий співробітник Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського (Україна).
 72. **Радущ Володимир** – студент 2 курсу інституту інформаційної безпеки, радіоелектроніки та телекомунікацій Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Ткачук Наталія Олегівна – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 73. **Рахматов Санъат Султонович** – асистент Бухарського інженерно-технологічного інституту (Узбекистан).
 74. **Рибачук Тетяна Сергіївна** – студентка 3-го курсу факультету журналістики Національного університету «Одеська юридична академія». Науковий керівник – Грушевська Юлія Андріївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія» (Україна).
 75. **Савурбоев Абдимумин** – доцент кафедри інформаційних технологій Джизакського політехнічного інституту (Узбекистан).
 76. **Садулаева Наргиза Нажмитдиновна** – магістрант Бухарського інженерно-технологічного інституту (Узбекистан).
 77. **Сакута Анна** – студентка 2 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна – кандидат наук із

- соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
78. **Саломова Малика** – преподаватель Бухарского инженерно-технологического института (Узбекистан).
 79. **Самойлова Яна-Марія Сергіївна** – студентка 2 курсу інституту машинобудування Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Брайченко Світлана Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 80. **Сариев Рустам** – старший преподаватель Бухарского инженерно-технологического института (Узбекистан).
 81. **Сиддикова Садокат** – ассистент Бухарского инженерно-технологического института (Узбекистан).
 82. **Сизова Юлія Віталіївна** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Якубовська Марія Георгіївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 83. **Сікорська Вікторія Юріївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 84. **Сорока Лоліта Сергіївна** – студентка 3 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Масі Наталя Іванівна – старший викладач старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 85. **Стекольщикова Валентина Андріївна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувачка кафедри журналістики Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика (Україна).
 86. **Стронська Наталя** – кандидат історичних наук, доцент кафедри культурології та інформаційних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв (Україна).
 87. **Татакі Олена Олегівна** – старший викладач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
 88. **Тімчук Юлія Ігорівна** – студентка 2 курсу інституту

- машинобудування Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Брайченко Світлана Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
89. **Трофимчук Ангеліна** – студентка 4 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Якубовська Марія Георгіївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
90. **Туропов Улугбек Уразкулович** – заведуючий кафедри інформаційних технологій Джизакського політехнічного інститута (Узбекистан).
91. **Фатуллоев Умед Насриддинович** – студент 3 курсу Бухарського інженерно-технологічного інститута. Научний керівник – Рахматов Санъат Султонович – асистент Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
92. **Фёдорова Лариса Ивановна** – старший преподаватель Международной исламской академии Узбекистана (Узбекистан).
93. **Халилов Фаёз Вахобжонович** – докторант Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
94. **Худойбердиев Зарифжон Нурмухаммадович** – студент 2 курсу Бухарського інженерно-технологічного інститута. Научний керівник – Хўжаназаров Зайниддин Рашидович – асистент Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
95. **Хўжаназаров Зайниддин Рашидович** – асистент Бухарського інженерно-технологічного інститута (Узбекистан).
96. **Церковна Софія** – студентка 2 курсу гуманітарного факультету Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Бірюкова Тетяна Леонідівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
97. **Черепкіна Анастасія** – студентка 3-го курсу факультету журналістики Національного університету «Одеська юридична академія». Науковий керівник – Грушевська Юлія Андріївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія» (Україна).
98. **Чістякова Ірина Миколаївна** – кандидат філософських наук,

- доцент, завідувач кафедри правознавства Одеського національного політехнічного університету (Україна).
99. **Шарапанівський Вадим** Олегович – студент 4 курсу інституту машинобудування Одеського національного політехнічного університету (Україна). Науковий керівник – Кубко Валентина Петрівна – кандидат філософських наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
100. **Шарипов Одил Олимович** – магістрант Бухарського інженерно-технологічного інституту. Научний керівник – Исмойилов Хаёт Баротович – старший преподаватель Бухарського інженерно-технологічного інституту (Узбекистан).
101. **Шевченко Марина** – аспірантка першого року навчання Харківської державної академії культури. Науковий керівник – Кушнарєнко Наталя Миколаївна – доктор педагогічних наук, професор кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи, проректор з наукової роботи Харківської державної академії культури.
102. **Шевченко Олена Василівна** – доктор наук з соціальних комунікацій, професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).
103. **Шевченко Тетяна Миколаївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української літератури Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (Україна).
104. **Щегельська Юлія Павлівна** – кандидат політичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Україна).
105. **Яковенко Марія Андріївна** – студентка 1 курсу ІМ Одеського національного політехнічного університету. Науковий керівник – Кутузова Ніна Григорівна – кандидат історичних наук, доцент кафедри правознавства Одеського національного політехнічного університету (Україна).
106. **Якубовська Марія Георгіївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету (Україна).

Наукове видання

**Актуальні питання документознавства та інформаційної
діяльності: теорії та інновації**

МАТЕРІАЛИ

V Міжнародної науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців

Підписано до друку 19.03.2019. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний

Ум. др. арк. 31.62. Обл.-вид. арк. 26,04. Зам. № 365.

Наклад 300 прим.

Видавець «ФОП Середняк Т.К.», 49000, Дніпро, 18, а/с 1212

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції

ДК № 4379 від 02.08.2012.

Ідентифікатор видавця в системі ISBN 7599

49000, Дніпро, 18, а/с 1212

тел. (063)-401-55-03, (056)-798-22-47

www.isbn.com.ua

Віддруковано на базі поліграфічно-видавничого центру «Адверта»

49000, Дніпро, Короленко 3 / 308

тел. (063)-401-55-03, (056)-798-22-47

E-mail: s-k-y@ukr.net,

www.isbn.com.ua

www.adverta.com.ua

www.vk.com/izdatelstvo_adverta

www.facebook.com/adverta.Izdatelstvo

Научное издание

**Актуальные вопросы документоведения и информационной
деятельности: теории и инновации**

МАТЕРИАЛЫ

**V Международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых**

Подписано в печать 19.03.2019. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная
Условных. печат. л. 31.62. Уч.-изд. л. 26,04. Зак. № 365.
Тираж 300 экз.

Издатель «ФЛП Середняк Т.К.», 49000, Днепро, 18, а / я 1212
Свидетельство о внесении субъекта издательского дела в Государственный реестр
издателей, изготовителей и распространителей издательской продукции
ДК № 4379 от 02.08.2012.

Идентификатор издателя в системе ISBN 7599

E-mail: adverta1@ukr.net,

www.isbn.com.ua

www.adverta.com.ua

www.facebook.com/adverta.Izdatelstvo