

5. Проба Манту при туберкулезе. [Електронний ресурс] – Режим доступу:
[http:// www.youtube.com/watch?v=SD_1Lcl6onE](http://www.youtube.com/watch?v=SD_1Lcl6onE)

МЕТОД ПРОЕКТІВ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ВИХОВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ

Драннік О.В.

Коледж Національного фармацевтичного університету

Збереження здоров'я молоді є найважливішим завданням держави та всього суспільства. Для забезпечення високих показників здоров'я у студентів доцільно формувати культуру здоров'я як головну умову культурного і духовного становлення особистості. Саме культура здоров'я визначає спосіб життя не лише окремої особи, а й усього людства.

Навчальним закладам належить особливо важлива роль в пропагуванні здорового способу життя. В Коледжі НФаУ постійно піднімається тема про шкідливість алкоголю: проводяться виховні години, організовуються студентські конференції, для наочності використовуються виставки та конкурси стіннівок.

Найдоцільнішим, вважаю, дослідження проблеми самими студентами та презентування результатів одноліткам. Саме пошукова діяльність забезпечує формування наукового світогляду, розвиток творчого мислення та індивідуальних здібностей, формування навичок самостійної дослідницької роботи.

Досить перспективним в роботі є використання методу проектів. Працюючи над проектом, студенти спілкуються, співпрацюють і допомагають один одному в процесі навчання, розвивають соціальні, розумові та комунікативні навички. Цей вид діяльності сприяє здійсненню індивідуального підходу в групах з різним рівнем підготовки під час вивчення та засвоєння нового матеріалу. Під час використання проектного методу всі учасники навчально-виховного процесу розв'язують цілу низку різнорівневих дидактичних, виховних і розвивальних завдань. Це сприяє розвитку

пізнавальних навичок студентів, формуванню вміння самостійно конструювати свої знання, орієнтуватися в інформаційному просторі тощо[1, с.96].

На початку семестру, аналізуючи можливості навчального матеріалу щодо використання проектної технології, створюю банк тем різного ступеню складності. Студентам надаю можливість вибрати тему проекту, організаційну форму її виконання (індивідуальну або групову), ступінь ускладненості проектної діяльності. Для організації проектування визначаємо мету, плануємо результат і форми захисту.

На заняттях з історії України (сучасність), людина і світ, основи правознавства розглядаємо проектні роботи за наступними темами: продаж алкоголю неповнолітнім, статеві та вікові особливості залежності, родинні святкові стереотипи, негативний вплив алкоголю на здоров'я, правопорушення та відповідальність, рішення проблеми в інших країнах та інше.

Цікавими були роботи стосовно негативного впливу реклами алкогольних напоїв на телебаченні. Реклама – це могутній засіб впливу і маніпуляції людиною. Вона здатна формувати і змінювати світогляд і поведінку людей. Головні негативні моменти полягають у тому, що реклама спричиняє стереотипізацію мислення, а відтак – поведінки, нав'язує готові моделі й стандарти життя.

Досить багато використовуються у рекламі гендерних стереотипів. Вони століттями формувалися в суспільстві та нині перешкоджають встановленню гендерної рівності[3]. Так, у багатьох рекламних образах помітним є жіночий аспект. Образ жінки залишається одним із найпоширеніших у рекламі. Величезна кількість товарів та послуг рекламується на тлі красивих жінок. Окрім жіночих, реклама витворила й чоловічі образи. Чимало з них є дискримінаційними. Чоловік або хворіє, або обідає і, як правило, на другому плані.

Студенти рахували кількість роликів в рекламних блоках, порівнювали між різними телеканалами, заповнювали таблиці та складали діаграми. І приходили до висновку, що успішні, самодостатні та красиві чоловіки зустрічаються найчастіше в рекламі алкогольних напоїв. Наслідком цього етапу дослідження стало проведення анкетування серед одногрупників. Студенти відповідали на питання стосовно вподобань, аналізували якість реклами та її вплив на підсвідомість, розмірковували над причинами алкогольної залежності.

Наступний крок - дослідження законодавчої бази. Студенти довели порушення закону України "Про рекламу". Так, у ст. 22 п.2 вказано, що реклама алкогольних напоїв...забороняється на радіо та телебаченні з 6 до 23 години[5]. Доказом стало особисте фото з годинником на тлі рекламного ролика.

Активні коментарі студентів були стосовно ст.22 п.3: « Реклама алкогольних напоїв...не повинна містити зображення процесу ...споживання алкогольних напоїв; не може формувати думку, що ...вживання алкоголю є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя; не повинна створювати враження, що вживання алкогольних напоїв ... сприятиме розв'язанню особистих проблем; не може формувати думку, що алкоголь чи тютюнові вироби мають лікувальні якості або що вони є стимулюючими чи заспокійливими засобами»[5].

Особисті спостереження та критичні зауваження щодо порушень підвели до пропозицій стосовно вирішення проблеми. Так було розглянуто питання стосовно діяльності Національної Ради України. Саме вона є конституційним, постійно діючим колегіальним органом, метою діяльності якого є нагляд за дотриманням законів України у сфері телерадіомовлення, а також здійснення регуляторних повноважень щодо аудіовізуальних ЗМІ. Національна рада бере участь у розробці й реалізації державної політики у сфері телерадіомовлення, створює План розвитку національного телерадіоінформаційного простору...видає та переоформлює ліцензії телерадіоорганізаціям... застосовує санкції щодо порушників, здійснює нагляд за дотриманням стандартів і норм.[6] Саме цей адміністративний орган повинен мати можливість виносити санкції за порушення реклами на телебаченні. На жаль, в Україні законодавство сформульоване таким чином, що в більшості випадків Нацрада визначає порушення і перенаправляє в орган із захисту прав споживачів. До того ж, діючі санкції надзвичайно дрібні і телеканалу абсолютно не шкідливі та практично нецікаві. Добре було, якщо Нацрада могла виносити штрафи у відсотках від обертів компанії. Ось тоді це суттєво.

Але поки законодавча база не досконала, самому можна виробити у себе захисний механізм. Недобросовісній і навіть маніпулятивній рекламі цілком можна протистояти. Найдієвішим засобом є переконання. Основними прийомами переконання є інформування (розповідь), роз'яснення, доказ, спростування і бесіда. Переконання формують у процесі засвоєння естетичних,

моральних, політичних, філософських та інших знань. Воно має бути послідовним, логічним, максимально доказовим, відповідати рівню вікового розвитку особистості[4].

Наведення конкретних статистичних даних – важливий фактор для переконання. Так, наприклад, Україна втрачає щороку понад 40 000 своїх громадян, загибель яких обумовлена алкоголем. Це близько 8 тисяч отруень, ще 8 тисяч — кардіопатій, а також інші захворювання та нещасні випадки, пов'язані з вживанням алкоголю. Крім того, в Україні зараз фіксується 25-30% випадків дитячої патології новонароджених, і дуже часто причиною цього є саме алкоголь, тобто вживання алкоголю як мамою, так і татом. Сьогодні рівень споживання алкоголю в Україні є одним із найвищих у світі і становить близько 20 літрів абсолютного спирту на душу населення за рік. Країна займає перше місце в світі по вживанню алкоголю серед дітей та молоді. Приблизно, 40% дітей у віці від 14 до 18 років вже залучені до систематичного вживання алкоголю[2].

Процес формування здорового способу життя молоді набуває ефективності за умови системного проведення просвітницької роботи, пошуку нових підходів до організації навчально-виховного процесу. При викладанні суспільних дисциплін також необхідно піднімати проблему формування здорового способу життя. Цікавим та ефективним засобом є метод проектів, який спрямован на стимулювання інтересу студентів до нових знань, розвиток особистості через розв'язання проблеми. Досліджуючи негативний вплив алкоголю, реклами алкогольних напоїв, порушення законодавства, студенти переконливо піднімаються на новий рівень розвитку своєї особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ващенко Г. Загальні методи навчання: Підруч. для педагогів / Г.Ващенко. – К.: Укр. видавнича Спілка, 1997. – 410с.
2. Алкоголь вбиває понад 40000 українців щороку [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://www.tvereza.info/sobriety/today/utoday.html>– Назва з екрану.
3. Роль гендерно стереотипізованих образів у зовнішній рекламі [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2014/rol-genderno-stereotypizovanyh-obraziv-u-zovnishnij-reklami/> – Назва з екрану.

4. Переконавання як метод психологічного впливу [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://ukraine-diplom.com/33/16244-perekonannya-yak-metod-psichologichnogo-vplivu.html>. – Назва з екрану.

5. Про внесення змін до Закону України "Про рекламу" [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1121-15>. – Назва з екрану.

6. Про Національну раду [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://www.nrada.gov.ua/ua/natsionalnarada/22047.html>. – Назва з екрану.

АНАЛІЗ ЕЛЕКТРОННОГО РЕСУРСУ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ З ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ

Н. П. Завадська

**КВНЗ «Житомирський базовий фармацевтичний коледж
ім. Г. С. Протасевича»**

У статті звертається увага на необхідність використання інформаційних ресурсів в фармацевтичній галузі. Проаналізовані види і можливості електронних ресурсів, пов'язаних з медициною та фармацією. Наведені приклади електронних сайтів та бібліотечних видань, які являються необхідними та корисними в роботі фахівців галузі.

Ключові слова: інформаційні ресурси, електронні сайти, Інтернет, бібліотечні ресурси, фармацевтична галузь, ІТ технології.

Постановка проблеми. З кожним роком інформаційно-комунікативні технології все більше розвиваються і стають необхідністю в житті людей. Кількість користувачів Інтернету в Україні також швидко збільшується, що зрозуміло. Сучасний інформаційний простір надає величезну кількість послуг. Всесвітня мережа Інтернет схожа на гігантський довідник, в якому зберігається інформація зі всього світу і практично на любую тему.