

Митрофанова Анастасія); "Некоторые аспекты переосмысления проблемы человека на XXII Всемирном философском конгрессе" (преподаватель кафедры банковского дела – Лебедь Олеся); "XXII Всемирный философский конгресс как знаковое событие в культуре современного общества" (аспирант 1-го года обучения – Мандзюк Михаил); "Всемирные философские конгрессы в истории общества" (студенты 1-го курса факультета экономической информатики Дыга Константин и Мартынова Елена); "Философские знания и философская методология в конкретной научной работе" (аспирант 3-го года обучения Найпак Денис).

Акценты, привнесенные в эту дискуссию выступлениями заведующим кафедрой философии и политологии, канд. соц. наук О. Н. Кузем, докт. философ. наук, проф. В. Ф. Чешко, так же как и деканом факультета международных экономических отношений И. А. Поддубным, деканом факультета учета и аудита Г. Ф. Азаренковым и другими участниками семинара, отчетливо показали актуальность и своевременность такого рода творческих встреч.

Стаття надійшла до редакції  
27.02.2009 р.

УДК 159.953.34:37

Ершов С. Г.

## НАВЧАННЯ І ЗАПАМ'ЯТОВУВАННЯ

*An important role of memorizing in education is emphasized, the main psychological peculiarities of memorizing process are considered and illustrated by a number of examples; the recommendations for the implementation of the described methods are given in the article.*

Процес навчання в навчальному закладі орієнтовано на підготовку в тій чи іншій предметній області фахівців, що володіють необхідними базовими знаннями, вміють застосовувати ці знання для конкретних професійних потреб, а також, у ряді випадків, на досягнення достатніх навичок використання цих умінь.

Існують різні способи передачі знань тим, кого навчають: від простого викладу матеріалу через лекцію в її різних модифікаціях до різноманітних форм самостійного вивчення, включаючи використання комп'ютерних систем штучного інтелекту, заснованих на базах знань. При цьому, кожен наступний етап навчання залежить від ступеня запам'ятовування й засвоєння інформації з попередніх етапів, що зв'язуються логічною послідовністю понять, смисловим взаємозв'язком, наростаючим обсягом досліджуваного матеріалу. Звідси зрозуміло, що ефективність навчання прямо залежить від того, як той, якого навчають, запам'ятовує й витягає з пам'яті необхідну інформацію. Використання викладачами наявних наукових розробок і рекомендацій із психології пам'яті [1] допоможе істотно збільшити обсяг досліджуваного матеріалу і якість його засвоєння. Тому важливо згрупувати та проаналізувати наслідки цих розробок, дати деякі приклади їх застосування і привести загальні рекомендації для поліпшення запам'ятовування матеріалу, що вивчається.

У теорії пам'яті відзначається значна роль асоціативних, смислових і структурних зв'язків у запам'ятовуванні.

Важливе значення має настановлення на запам'ятовування, що може впливати не тільки на самий факт запам'ятовування, але й на його тривалість.

У запам'ятовуванні істотну роль відіграють *емоційні моменти*. Емоційно забарвлений матеріал, за інших рівних умов, запам'ятовується краще, ніж матеріал емоційно незабарвлений.

У кожному конкретному випадку сильніше запам'ятовується те, що є для людини більш *актуальним*, більш *значущим*, викликає його безпосередній *інтерес*.

Існує *довільне й мимовільне запам'ятовування*, тобто запам'ятовування, що становить пряму мету дії людини, і запам'ятовування, яке відбувається ненавмисно у ході діяльності, що ставить собі іншу мету. Однак запам'ятовується, як й усвідомлюється, насамперед, те, що становить мету нашої дії. Тому, якщо матеріал включено у цільовий зміст даної дії, він може мимоволі запам'ятатися краще, ніж якщо при довільному запам'ятовуванні мета спрямована на саме запам'ятовування. Ненавмисне, мимовільне запам'ятовування можна побічно, опосередковано регулювати. Тому варто організувати навчальну діяльність так, щоб істотний матеріал запам'ятовувався людиною і тоді, коли вона зайнята по суті їм, а не його запам'ятовуванням.

Одним із центральних моментів у процесі навчання є *осмислення* досліджуваного матеріалу, виявлення в ньому причинно-наслідкових зв'язків, що прямо впливає як на його збереження в пам'яті, так і на зменшення інтенсивності забування. Міцність запам'ятовування осмисленого матеріалу значно вище, ніж при запам'ятовуванні безглуздового матеріалу. Так, експерименти показали, що, якщо в процесі безпосереднього відтворення той, хто заучує, намагається відновити матеріал, використовуючи при цьому, значною мірою, зовнішні асоціативні зв'язки, то, при більш відстроченому відтворенні, він опирається, головним чином, на зв'язки смислові.

Запам'ятовування в людей визначається їх *типом пам'яті*.

Перший тип пам'яті пов'язаний з тим, яка *сенсорна область* є найкращою основою для відтворення. Одні люди краще запам'ятовують зорові, інші – слухові, треті – рухові дані. Чисті типи зустрічаються рідко, звичайно спостерігаються змішані: зорово-руховий, рухово-слуховий, зорово-слуховий типи пам'яті. У більшості людей пануючими є *зоровий тип запам'ятовування предметів і словесно-руховий – при запам'ятовуванні словесного матеріалу*.

Пам'ять диференціюється й за *характером матеріалу*, що запам'ятовується *щонайкраще*. Гарна пам'ять на кольори може по'єднуватися з поганою пам'яттю на числа, і навпаки.

Пам'ять у людей також розрізняється за *швидкістю запам'ятовування, міцністю або тривалістю запам'ятовування, кількістю або обсягом запам'ятовування, точністю*.

Є тип пам'яті більш *безпосередній* і більше *опосередкований*, заснований на гарній організації навичок розумової роботи. Перший – по більшій частині, яскравіше, другий – міцніше. Перший, власне кажучи, – образний, другий – мовний.

Слід також зазначити, що особливості процесів запам'ятовування (швидкість, міцність та ін.) залежать від того, *хто й що запам'ятовує*, від конкретного *відношення даної особистості* до того, що підлягає запам'ятовуванню.

Існує сукупність прийомів, що полегшують зберігання, кодування й відтворення інформації з пам'яті, що називається *мнемонікою*. Серед них виділяються такі.

1. *Метод розміщення* включає:

ідентифікацію знайомих місць, розташованих послідовно; створення образів елементів, що підлягають відтворенню й асоційованих з місцями; відтворення шляхом "відвідування" цих місць, що служать ознаками для відтворення.

Істотним компонентом цього методу є формування об'єднаних асоціацій між добре відомими ознаками-підказками й елементами списку, що заучується. Відтворення полегшується при використанні добре відомого опорного списку, що виконує роль ефективного набору ознак (підказок) для відтворення списку елементів, які заучуються.

2. Мнемонічна система "*слів-вішалок*" або "списку вішалок" має кілька різновидів, але основна її ідея в тому, що лю-

дина заучує ряд слів, які служать як "вішалки", на які він "розвішує" елементи, що запам'ятовуються.

3. Метод *ключових слів* є трохи видозміненим варіантом системи слів-вішалок.

4. *Організуючі схеми*. Усі мнемонічні системи засновані на структурованні інформації так, щоб її було легше запам'ятати й відтворити. Підставою структурованню інформації може бути місце, час, орфографія, звуки, образи та ін. Досить ефективний мнемонічний прийом – організація інформації з *семантичних категорій*, які потім можна використати як ознаки для відтворення. Матеріал, організований будь-яким способом – візуальним, семантичним або шляхом класифікації, запам'ятовується краще, ніж неорганізований матеріал. Важлива також ефективність організації матеріалу.

5. Для *відтворення чисел* часто вдаються до використання *рими*.

6. *Відтворення слів* можна організувати, використовуючи для запам'ятовування *закодовану букву або слово* (звичайно опираються на початкові букви).

*Сутність всіх мнемонічних систем* у тому, що вони допомагають організувати інформацію й створюють опосередковані зв'язки між елементами, які підлягають запам'ятовуванню. Мнемонічні прийоми забезпечують нас *методами систематизації інформації*, що надходять на зберігання. При цьому варто враховувати, що є два типи організації: один пов'язаний з *короткочасною пам'яттю*, а інший – з *довгостроковою*.

Як відзначено в [2], у ході процесу навчання в мозку, у першу чергу, відкладається таке:

знання, придбані на початку навчального процесу ("ефект первинного сприйняття");

знання, придбані наприкінці навчального процесу ("ефект недавнього сприйняття");

будь-яка інформація, з'єднана за допомогою асоціації зі знаннями, відкладеними в пам'яті, чи іншим способом прив'язана до тих або інших аспектів досліджуваного предмета;

будь-яка інформація, подана таким чином, щоб її значущість або унікальність відрізнялися виразними засобами;

будь-яка інформація, що викликає загострене сприйняття за допомогою кожного з п'яти органів відчуттів;

інформація, що становить особливий інтерес для того, якого навчають.

*Приклади* використання деяких з описаних підходів поліпшення запам'ятовування.

У ситуації, коли попадаємо в новий колектив і нам рекомендують незнайомих співробітників, буває важко відразу запам'ятати їх імена та по батькові. Якщо ж прив'язати (асоціювати) конкретного співробітника, що має збіг по імені та по батькові з відомою нам людиною, то такий асоціативний зв'язок дозволить вирішити цю проблему запам'ятовування.

Багатьом відомий спосіб запам'ятовування чергування квітів у спектрі розкладання сонячного світла за першими буквами такої фрази російською мовою "Каждый Охотник Желает Знать, Где Сидит Фазан" – Красный, Оранжевый, Желтый, Зеленый, Голубой, Синий, Фиолетовый. Українською мовою ця фраза буде такою "Чудова Жабка Жалібно Заквакала: "Бажає Смачного Француз?" – Червоний, Жовтогарячий, Жовтий, Зелений, Блакитний, Синий, Фіолетовий.

Дуже корисний прийом запам'ятовування визначення понять, що іноді містять досить численні, які внаслідок цього погано запам'ятовуються, набори речень, полягає в такому.

Аналізується загальноприйнятний зміст і значення назви поняття. Таке тлумачення назви відбиває суть даного поняття, тому згадати й відновити його в повному або частковому складі звичайно не складає зусиль.

Базується цей прийом на тому, що дослідники (автори), які вперше описують яке-небудь поняття, властивість, сукупність ознак, дають йому словесну назву, зміст якої збігається із суттю, змістом цього поняття. Тут використовується асоціативна відповідність. Якщо ж надалі з'ясовується, що зміст не зовсім відповідає суті поняття, що може відбутися при більш глибокому й детальному його вивченні, то така назва може бути замінена більше адекватною. Виключення може скласти

лише той випадок, коли назва (термін) уже одержала широке поширення і її зміна недоцільна, тому що може викликати певну плутанину у використанні різних назв того самого поняття. Цей прийом можливо класифікувати як *семантико-перекладні покажчики*.

Як приклад наведемо аналіз тлумачення в інформатиці поняття "пакет прикладних програм". Ця назва належить до комп'ютерної "програми". З різновидів комп'ютерних програм мова йде про "прикладні програми". Залишається тільки зрозуміти, що ці прикладні програми утворюють "пакет", тобто деяку взаємозалежну сукупність, яка орієнтована на готове (без програмування) вирішення певного класу завдань, що випливає з самої назви пакета прикладних програм. Широко відомі такі назви – текстові процесори, табличні процесори, системи керування базами даних та ін.

Цей принцип підходить і тоді, коли назва визначається словом з іншої мови. У цьому випадку, щоб визначити смислове значення, варто скористатися словником цієї мови або словником іноземних слів. Так, у фінансовій галузі часто використовується термін "аннуїтет". Якщо слова немає в словнику іноземних слів, визначаємо англійське (найчастіше) написання "annuity" цього слова й дивимося його переклад – щорічний дохід. Тим самим знаходимо смислове значення цього терміна й він надовго зберігається в пам'яті.

Подібний семантико-перекладний покажчик також використовується для розуміння поняття, що широко застосовується, "інновація", в основі якого лежить англійське слово "innovation" – нововведення, новина, новаторство. У зв'язку з цим розглянуті у статті питання можна називати інноваційними.

Тут слід зазначити характерну рису запам'ятовування – чим складніше й довше шукається пояснення поняття або терміна, тим міцніше запам'ятовування.

У ряді випадків асоціації можна проводити між досить складними засвоєними поняттями або об'єктами й іншими новими поняттями або об'єктами, що мають аналогії за деякими властивостями або характеристиками. Так, в інформатиці спочатку вивчають електронні таблиці, а потім переходять до вивчення реляційних баз даних, основою опису яких є таблиці. Вивчений принцип використання основною електронною таблицею інформації з довідкової таблиці за однаковим ключовим стовпцем допомагає засвоїти й запам'ятати схему зв'язків між таблицями бази даних й одержання запитуваної інформації з декількох таблиць цієї бази даних.

У підсумку можна коротко сформулювати *загальні рекомендації* для поліпшення запам'ятовування й засвоєння матеріалу, що вивчається.

1. Перед викладом матеріалу варто вказати мету даного заняття або розбити її на ієрархічно й логічно пов'язані часткові цілі для складного й об'ємного матеріалу.

2. Чітко структурувати матеріал, зберігаючи його логічний і понятійний взаємозв'язки, забезпечуючи наочність, зорове сприйняття, урахування психологічні особливості запам'ятовування структурних одиниць об'єму інформації (максимум 7 – 10). Використовувати структурні схеми.

3. Розкривати зміст і взаємозв'язки понять й об'єктів, іти від простого до складного, від зрозумілого до ще незрозумілого.

4. Емоційно забарвлювати матеріал, залучати всі органи сприйняття, особливо зорові.

5. Виділяти ключові слова, які співвідносяться зі змістом і структурою матеріалу, що викладається, використовувати семантико-перекладні покажчики.

6. Як можна ширше використовувати асоціації, урахування поняття і смислові образи, що вже сформувалися, й послідовно переходячи від них до нових. Це також сприяє закріпленню в пам'яті освоєних понять, що становить своєрідне повторення пройденого.

7. Підкреслювати й обґрунтовувати важливість і значення матеріалу, що викладається, для тих, кого навчають.

8. Використовувати мнемонічні прийоми запам'ятовування: метод розміщення, систему "слів-вішалок", метод ключових слів, рими, закодованої букви або слова. Особливе

значення в цих прийомах здобувають організуючі схеми, що базуються на семантичних категоріях і дають викладачеві широкий вибір обліку особливостей матеріалу, що викладається.

9. Ураховувати важливе значення вступних (початкових) і заключних занять, оскільки вони найкраще запам'ятовуються.

У міру одержання наукою про психологію й фізіологію пам'яті людини нових результатів, цей перелік може бути розширений. Його, однак, не варто розглядати як рекомендації, що стосуються тільки запам'ятовування. Дотримання цих рекомендацій дозволить активізувати всі етапи процесу навчання, буде розвивати творчі здібності тих, кого навчають, сприяти зрозумінню смислових, першопричинних основ досліджуваного матеріалу, а це, в остаточному підсумку, приведе до формування конкурентоспроможного, що відповідає сучасним вимогам, висококваліфікованого фахівця, підготовленого до розробки та впровадження інноваційних технологій.

Таким чином, можливо відзначити, що наукова новизна статті полягає в узагальненні існуючих підходів до запам'ятовування матеріалу і доповненні їх запропонованими прийомами, що називається *семантико-перекладним покажчиком*.

Практичне значення результатів обумовлюється наданнями у статті рекомендаціями до поліпшення запам'ятовування і засвоєння матеріалу. Це актуально, в першу чергу, щодо викладачів навчальних закладів незалежно від їх професійної орієнтації і послужить у кінцевому підсумку підготовці спеціалістів, сприяючих розвитку як окремих галузей, так і економіки взагалі.

**Література:** 1. Психология памяти / Под ред. Ю. Б. Гиппенрейтера, В. Я. Романова. – 3-е изд. – М.: ЧеРо: МПСИ, 2002. – 815 с.  
2. Бьюзен Т. Супермышление / Т. Бьюзен, Б. Бьюзен; [Пер. с англ. Е. А. Самсонова. – 3-е изд. – Мн.: ООО "Попурри", 2006. – 304 с.

Стаття надійшла до редакції  
02.02.2009 р.

УДК 338.48:658.84

**Зима О. Г.  
Шейко О. Ю.**

## РОЛЬ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПРОСУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

*Exhibitions and fairs play an important role as means of advertising, giving great opportunities for goods and services demonstration and positioning aimed to establish direct contacts with buyers and consumers. High effectiveness of exhibition activity is proved by its world-wide character: thousands of exhibitions are organized annually.*

Виставки і ярмарки посідають визначне місце в арсеналі засобів рекламного впливу саме тому, що надають широкі можливості з демонстрації та позиціонування виробів і послуг для встановлення прямих контактів з безпосередніми покупцями і споживачами. Висока ефективність проведення виставкової діяльності підтверджується світовою географією – щорічно у світі проводять багато тисяч виставкових заходів.

Виставкова діяльність здійснюється в двох основних формах і в українській мові два слова визначають цю сферу. Перше – "ярмарок" – де товари представляються і реалізуються, друге – "виставка" – де товари тільки представляються.

Ярмарки вважаються найбільш ранньою формою прямого продажу. Вони мають багату історію, яка бере свій початок від місць зустрічей торговців, що перетинали континенти з екзотичними тканинами, спеціями і дорогішими металами. У словнику Даля: "ярмарки – великий торговий з'їзд і привіз товарів у визначений в році час, річний торг. Причому розрізняються ярмарки загальні – на всякий товар, і приватні – на окремі види товару"; у німецькій мові "jarmarket" означає щорічний ринок. У той же час ярмарок (у англ. fair, show) має на увазі не тільки ринок товарів, але і ринок розважальних послуг. Порівнюючи значення терміна "ярмарок" у різних мовах, можна дійти висновку, що вони мають спільне значення, проте різняться особливостями проведення.

Виставка – слово, засноване на середньовічній переробці латинського слова *exhibitonem* – "бачити". Вона визначається в літературі як захід, основна мета якого полягає у публічній демонстрації товарів і послуг [1].

Поняття виставка можна розширити: виставка – це ринковий захід з обмеженим часом проведення, що проходить в чітко встановлені терміни і повторюється через певні проміжки часу, в рамках якого учасники демонструють зразки своєї продукції і послуги, досягнення науки і техніки, передового досвіду однієї або декількох галузей народного господарства або інформують відвідувачів з метою сприяння збуту продукції.

Поняття "виставка", "ярмарок" часто взаємозамінні і відрізняються лише в області охоплення цільової аудиторії: ярмарки орієнтовані, головним чином, на фактичних покупців, коли головною метою виставки є орієнтація на потенційного споживача (відвідувачів виставки), презентацію товару чи послуги, налагодження партнерських відносин та аналіз роботи конкурентів.

Обов'язковим елементом ринкової економіки є здійснення виставково-ярмаркової діяльності, яка сприяє пошуку постачальників і споживачів, вивчає попит на продукцію, надає можливості туристичній організації встановлювати контакти як у країні, так і за її межами. За останні десятиліття виставкова діяльність в Україні досягла значних висот, які дають можливість виставковим центрам України організувати виставки міжнародного стандарту, приймати іноземних відвідувачів і виїжджати до інших країн. Хоча виставкова діяльність і досягла значних змін, проте географія проведення залишилася майже незмінною. Лідерство з проведення залишається за столицею (м. Київ), однак набирає обертів розвиток виставкової діяльності у таких містах, як Одеса, Донецьк, Львів, Дніпропетровськ, Харків.

Ступінь зацікавленості в туристичному продукті найбільш високий на спеціалізованих виставках. Це можуть бути як виставки, спрямовані на просування певного регіонального туристичного продукту "Курорти і туризм" у Сочі, "Ярмарок путівок" в Аналі, так й виставки для в'їзних туроператорів, які проводяться за місцем перебування основного споживача FITUR (Мадрид); BIT (Мілан); POW WOW (одне з міст США) та ін.

Актуальність статті в тому, що виставкова діяльність в туристичній галузі – це відносно нове і специфічне явище, адже в якості експонатів виставляються послуги. Однак це явище залучає до себе з кожним роком усе більше експонатів, у тому числі з-за кордону, про що свідчить зростаюча з кожним роком виставкова площа в Київському виставковому центрі, де щорічно проводиться виставковий захід "Україна – подорожі та туризм".

Туристичні виставки мають дуальний характер, оскільки спрямовані на дві групи – експонентів, які, виставляючи свою послугу, хочуть також отримати свіжу інформацію про новинки ринку, роботу конкурентів, налагодження контактів; та на відвідувачів, метою відвідування яких теж є ознайомленням із запропонованими експонатами та організаціями, які їх презентують.