



# ВІСНИК ПРОФОСВІТИ

Видається з 1992 року,  
як зареєстроване видання – з січня 1994

Червень 2022 року  
Виходить 2 рази на місяць



Орган Науково-методичного центру професійно-технічної освіти у Харківській області

30 червня 2022 року

На допомогу педагогу

## ПОВІТРЯНА ТРИВОГА ЩО ТРЕБА ЗНАТИ ПРО СИГНАЛИ?

*Рекомендації щодо дій населення за сигналами оповіщення та в складних ситуаціях військового стану*

Один із найпотужніших спогадів перших днів війни – це перехожі, які розбігаються з вулиць під протяжне виття сирени. Тепер цей звук знають мешканці практично всіх українських міст. Ті, хто не чує його безпосередньо з повітря, отримують сповіщення на телефони.

*Хто саме й коли вмикає повітряну тривогу?*

*Чому вона часто лунає у містах, які поки залишаються відносно безпечними?*

*А іноді навпаки мовчить, хоча у місті фіксують «прильоти»?*

*Хто видавав сирену?*

Система оповіщення про небезпеку існує з давніх часів. Колись це був барабанний дріб, пізніше – бій церковних дзвонів.

Сам механізм сирени винайшов ще у 1799 році шотландський фізик Джон Робісон, але використовували її як

*Нехай ці знання не знадобляться вже ніколи!*



музичний інструмент.

*Коли ж сирена пролунала вперше?*

Для сповіщення про повітряну тривогу сирени вперше застосували лише під час Другої світової війни.

Перші електричні сирени пролунали у Лондоні у вересні 1939 року.

Вони видавали два сигнали: попереджувальний, який зростав і слабшав, та рівномірний звук, який означав, що можна виходити з укриття.

Під час блокади Ленінграда прональоти німецької авіації мешканців міста оповіщав метроном. Його рівно-

### ЧИТАЙТЕ У НОМЕРІ

- ПОВІТРЯНА ТРИВОГА. ЩО ТРЕБА ЗНАТИ ПРО СИГНАЛИ?
- УСЕ ПРО ХІМІЧНУ НЕБЕЗПЕКУ
- ВИКОРИСТАННЯ І СТВОРЕННЯ ОСВІТНІХ ЕЛЕКТРОННИХ РЕСУРСІВ
- МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО СТВОРЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ НАВЧАЛЬНИХ КАБІNETІВ З ПРЕДМЕТІВ ПРОФЕСІЙНО-ТЕОРЕТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ПРОФЕСІЙ БУДІВЕЛЬНОГО ПРОФІЛЮ У ЗП(ПТ)О

- СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ПРОФОРІЕНТАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ: ЛАЙФХАКИ ТА ПОРАДИ
- ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ FACEBOOK ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ
- ВДАЛА ПРОФОРІЕНТАЦІЙНА РОБОТА ЯК ФАКТОР УСПІХУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ
- ПУБЛІЧНИЙ ВИСТУП У ПЕДАГОГІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
- МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА "КУТ МІЖ ВЕКТОРАМИ. СКАЛЯРНИЙ ДОБУТОК ВЕКТОРІВ"

мірний стук постійно лунав по радіо, а коли виникла небезпека, швидкість метроному збільшувалася.

### **Чому звук повітряної тривоги саме такий?**

Ми чуємо повітряну тривогу тоді, коли електродвигун розкручує великі маховики, які завдяки повітряному тиску видають впізнаваний протяжний звук.

Є декілька типів сигналів. Один довгий рівномірний гудок – це попереджувальна сирена. Почувши її, потрібно ввімкнути офіційні радіо- чи телеканали та слухати інструкції.

Звук, який наростає та знижується, триває одну хвилину та повторюється не менше трьох разів, означає, що треба йти в укриття. Це загальна тривога.

Короткий п'ятисекундний сигнал, який звучить після загальної тривоги, означає відбій повітряної тривоги.

З початку вторгнення РФ на територію України місцеві державні адміністрації повідомляють про початок та відбій повітряної тривоги на своїх офіційних сайтах та у соцмережах. Багато українців також користуються застосунком «Тривога!», в якому можна налаштувати різні регіони країни. У багатьох регіонах місцева влада використовує для оповіщення окремі групи чи канали у месенджерах.

### **Хто вмикає сирену?**

За виявлення повітряної загрози в Україні відповідають радіолокаційні підрозділи повітряних сил ЗСУ. Вони фіксують усі повітряні цілі як в Україні, так і далеко за її межами. Коли на екрані радарів стеження з'являються позначки літальних апаратів, які переміщуються у бік території України, та є інформація, що це ворог, подається команда «Повітря». Черговий повітряних сил ЗСУ протягом трьох хвилин має зробити телефонний дзвінок по спецз'язку. Після цього сирену вмикає місцева влада.

### **Чому сирена лунає так часто?**

Повітряна тривога не завжди означає, що ракети чи літаки летять саме у вашу область чи місто. Її оголошують за фактом зльоту. Зрозумілий лише загальний напрямок ракети, а точне місце, куди вона може потрапити, визначити складно. Ракета може змінювати свій курс праворуч та ліворуч або взагалі зникати з радарів. Тому систему оповіщення вмикають поетапно згідно з курсом ракети, але враховують також і сусідні регіони.

### **Скільки часу є, щоб добігти до**



### **укриття?**

Це залежить від типу повітряного нападу, висоти та швидкості польоту, відстані до місця запуску ракети.

На сьогодні у Києві орієнтовний час реагування від 10 до 30 хвилин. Речник повітряних сил ЗСУ пояснює, «якщо ракета летить з акваторії Чорного моря на Київ зі швидкістю 800 км/год, то кияни мають понад годину, щоб сховатися. Якщо вона летить з території Білорусі, наприклад, за 300 км від української столиці, то часу значно менше – десь 20 хвилин».

### **Чому сирена іноді не вмикається?**

Виявити всі повітряні загрози, на жаль, неможливо. Літаки можна відстежити за допомогою супутників та інших інструментів розвідки. А от зафіксувати момент запуску з них ракети дуже складно. Ракети є малопомітними цілями, до того ж вони програмують свій курс. Деякі ракети можуть летіти так низько, що радары повітряних сил їх просто не помічають, зате їх можуть побачити звичайні люди.

### **Чи можна ігнорувати повітряну тривогу?**

У відносно безпечних містах України мирні жителі потроху звикають до постійних сигналів тривоги та починають їх ігнорувати. Однак командування повітряних сил ЗСУ пояснює, що сигнали тривоги є завжди правдивими.

Українські військові виявляють більшість ракет та бачать, звідки та в якому напрямку їх запускають. Але іноді запуск можуть зробити з ракетноносців, навіть з Каспійського моря, тоді відстежити його досить важко.

*Загальна порада: триматися якомога далі від військових об'єктів, а також від телевеж та споруд ОДА, по яких противник також завдає ударів. Але ракети також можуть втратити ціль та впасти на житлові будинки. Вразити мирну інфраструктуру можуть і уламки ракет, збитих ППО. Щоби врятувати життя, потрібно чітко дотримуватися правил безпеки під час повітряної тривоги.*

Щодня у багатьох містах нашої країни лунають сигнали «Повітряна тривога». Їх оголошують, коли сили ППО сповіщають про рух ворожих літаків чи запуск ракет у напрямку певних населених пунктів чи області. Точне місце, куди може влучити ракета чи який населений пункт атакує літак, одразу визначити важко, тому сирени вмикають щоразу, як з'являється загроза.

**Якщо ви почули звуки сирен, переривчасті гудки підприємств або звуки гучномовця, що тривають протягом кількох хвилин, це означає попереджувальний сигнал — «Увага всім». Що робити, почувши такий сигнал?**

Якщо лунає довгий сигнал сирени тривалістю до однієї хвилини, це означає — «Повітряна тривога». Після сирени має бути мовне повідомлення «Повітряна тривога». Потім інформація про те, що мешканці мають терміново йти до найближчого укриття.

Якщо лунає короткий сигнал сирени до 5-10 секунд, це означає відбій повітряної тривоги. Також після короткого сигналу сирени буде мовне повідомлення про відбій тривоги.

Оповіщення населення під час загрози чи виникнення надзвичайної ситуації проводиться сигналом «Увага всім». Після надходження сигналу будуть надаватися голосові повідомлення, які доводитимуться до населення засобами радіомовлення і телебачення. З моменту подавання сигналу і до моменту нападу може пройти кілька хвилин, тому діяти потрібно швидко і організовано:

- одягнутися,
- взяти засоби індивідуального захисту, документи, медикаменти, запас води, продовольства,
- вимкнути електроенергію, газові прилади,
- якнайшвидше дістатися захисної споруди (найпростішого укриття);
- якщо ви в транспорті або машині – вийдіть і сховайтеся в перехід, підвал або укрийтеся в «складках» місцевості (через небезпеку осколків від снарядів).

Після сигналу не варто залишатися в будинках, особливо на верхніх поверхах, адже внаслідок вибуху вони будуть руйнуватися від впливу ударної хвилі.

**Сигнал «Відбій повітряної тривоги»:** преривчасті звуки сирени тривалістю до 5-10 секунд подаються місцевим підрозділом з питань цивільного захисту через систему оповіщення,

трансляються текстові повідомлення через місцеве радіо, телебачення та за допомогою пересувних гучномовців.

### **Порядок укриття у захисних спорудах цивільного захисту**

1. Після отримання оголошення підрозділів з питань цивільного захисту про укриття населення у захисних спорудах цивільного захисту, спорудах подвійного призначення та найпростіших укриттях НАСЕЛЕННЮ НЕОБХІДНО: прибути до укриття, адреса якого заздалегідь уточнюється у ЖЕО, сільській (селищній) раді, підрозділах з питань надзвичайних ситуацій та цивільного захисту населення райдержадміністрації та міськвиконкомів.

Для додаткового укриття населення можна використовувати найпростіші укриття та укриття подвійного призначення, що знаходяться у підвальних приміщеннях багатоквартирних житлових будинків та адмінбудівель. Жителям приватних житлових будинків як укриття можна використовувати підвали, погребі, овочесховища тощо.

2. Не дозволяється брати з собою в укриття тварин, заносити легкозаймисті, вибухонебезпечні та громіздкі речі.

3. В укриттях треба вести себе організовано, без потреби не ходити, виконувати вказівки чергового персоналу, за необхідності, допомагати хворим і потерпілим.

4. Ні в якому разі не випускайте з поля зору дітей, тримайте їх біля себе. За необхідності та за можливості надайте допомогу тим, хто її потребує: інвалідам та особам похилого віку.

### **Рекомендації щодо дій населення при загрозі масових заворушень і бойових дій**

#### **1. При загрозі масових заворушень:**

- зберігати спокій та розсудливість;
- при знаходженні на вулиці негайно залишити місце масового скупчення людей, уникати агресивно налаштованих людей;
- не піддаватися на провокації;
- надійно закрити двері, не виходити на балкон і не наближатися до вікон;
- не залишати приміщення без нагальної потреби.

#### **2. При загрозі бойових дій:**

- закрити штори або жалюзі (заклеїти вікна паперовою стрічкою) для зменшення ураження розбитим віконним склом;
- перекрити газ, воду, загасити пічне опалення та виключити світло;
- взяти документи, гроші, предмети першої необхідності, медичну аптечку та продукти харчування;
- залишити помешкання та зайняти місце у захисній споруді чи підвалі;
- попередити про небезпеку сусідів, надати допомогу людям похилого віку, інвалідам і дітям;
- бути максимально обережними та не панікувати;
- не залишати безпечне місце без нагальної потреби.

#### **3. При загрозі ураження стрілецькою зброєю:**

- закрити штори або жалюзі (заклеїти вікна паперовою стрічкою) для зменшення ураження розбитим віконним склом;
- закрити вікна, двері та виключити світло;
- зайняти місце на підлозі в приміщенні, що не має вікон (кладова, ванна кімната, прихожа);
- поінформувати про небезпеку близьких і знайомих.

#### **4. При вибуху босприпасів:**

- уважно оглянутися довкола та визначити наявність загрози подальших руйнувань стін, зсувів перекриття, а також кому необхідна допомога;
- за можливості спокійно та не панікуючи залишити небезпечне місце;
- перебуваючи під завалом подавати голосові сигнали, проявляти меншу активність і берегти сили, зберігши які можна протриматися до 5-ти діб;
- виконувати усі вказівки пошуковців і рятувальників.

### **Дії під час артилерійського обстрілу житлових масивів**

Артилерійський обстріл – один із найбільш небезпечних видів вогневого враження під час воєнних конфліктів, в результаті якого можлива велика кількість випадкових жертв серед населення.

#### **ЯКЩО ОБСТРІЛ ЗАСТАВ ВАС НА ВУЛИЦІ**

Якщо артилерійський обстріл застав вас на вулиці, негайно лягайте на землю (у канаву, яму), щільно притуліться до якогось виступу: бордюру, клумби, забору або якоїсь бетонної конструкції та надкрийте голову руками. Найчастіше причиною поранення є не пряме влучення снаряду, а результат попадання уламків та вплив вибухової хвилі. Снаряди та міни вибухають у верхньому шарі ґрунту, уламки після вибуху летять на висоті 30-50 см над поверхнею землі.

#### **ЯКЩО ОБСТРІЛ ЗАСТАВ ВАС У БУДІВЛІ**

Негайно зійдіть у підвал, якщо підвал відсутній або зачинений зайдіть до сусідів на першому поверсі. Існує правило: чим нижче спустишся, тим безпечніше. Як правило, снаряди падають у верхні поверхи.

Якщо артилерійський обстріл застав вас у будинку знена-

цька і не лишилося часу зреагувати, швидко йдіть у кімнату віддалену напряму звідки ведеться обстріл. Лежачи або сидячи притуліться до несучої стіни, не стійте навпроти.

Найчастіше осколки потрапляють у приміщення через вікна. Якщо є можливість завчасно заклейте скло вікон скотчем або забарикадуйте шафами, це врятує вас від уламків скла. Якщо обстріли є постійними, необхідно завчасно забарикадувати вікна мішками з піском, важкими меблями, речами.

#### **ЯКЩО ПІД ЧАС ОБСТРІЛУ ВИ ЗНАХОДИТЕСЯ В ТРАНСПОРТІ** (маршрутному таксі, тролейбусі, трамваї)

1. Попросіть водія зупинити транспортний засіб.
2. Вийдіть з транспортного засобу, відбіжіть від дороги в напрямі від багатоповерхівок, промислових об'єктів і ляжте на землю та закрийте голову руками.

Якщо вибухи застали вас у дорозі на власному автомобілі – не розраховуйте, що на авто ви зможете швидко втекти від обстрілу. Зупиніться вийдіть з автомобіля та відбіжіть якомога далі від дороги.



**Загальні вимоги до укриття.** Воно має бути заглибленим і разом із тим знаходитися подалі від споруд, які можуть обвалитися на вас зверху при прямому попаданні або можуть спалахнути. Ідеальний захист дає траншея чи канава (подібна до окопу) глибиною 1-2 метри на відкритому місці.

### **УКРИТИСЯ ПІД ЧАС АРТИЛЕРІЙСЬКОГО ОБСТРІЛУ МОЖНА у:**

- спеціально обладнаному бомбосховищі;
- підземному переході;
- будь-якій канаві, траншеї, ямі;
- трубі водостоку під дорогою;
- вздовж високого бордюру чи підмурку паркану;
- підвалі під капітальними будинками старої забудови;
- оглядовій ямі гаража, станції технічного обслуговування;
- каналізаційних люках;
- «воронках», що лишилися від попередніх обстрілів.

### **НЕ МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ ДЛЯ УКРИТТЯ:**

- під'їзди будинків;
- місця під технікою (вантажівкою, автобусом);
- невідповідні для укриття підвали;

– укриття, розташовані ближче 30-50 метрів від багатоповерхових будівель;

– проходи між штабелями, контейнерами, будівельними матеріалами.

### **ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ АРТИЛЕРІЙСЬКОГО ОБСТРІЛУ**

Зачекайте приблизно 10 хв. Обережно підніміться, уважно огляньте місцевість навколо себе, пересувайтесь не кваплячись та уважно оглядайте маршрут руху, ноги ставте на вільну від уламків поверхню. Не піднімайте із землі незнайомі вам предмети. Снаряди можуть бути касетними і місцевість у результаті застосування спеціальних боєприпасів може бути замінована. Бойові елементи касетних боєприпасів та снаряди, які не підірвалися, можуть вибухнути від найменшого дотику. Уважно слідкуйте за дітьми і підлітками, не дозволяйте їм торкатися до будь-яких предметів.

## **МАСОВІ СКУПЧЕННЯ ЛЮДЕЙ – УВАГА!**

*Натовп? У чому його небезпека для людини? Як поводити себе у натовпі, щоб не постраждати?*

Натовп – це особливий біологічний організм. Він діє за своїми законами і не завжди враховує інтереси окремих осіб, у тому числі і їх життя. Почуття страху, що охоплює групу людей, миттєво передається іншим і переростає в некерований процес – паніку. У людей різко підвищується емоційність сприйняття того, що діється навкруги, знижується відповідальність за свої вчинки. Людина не може розумно оцінити свою поведінку і обставини, що склалися. У такій атмосфері досить тільки одному висловити, виявити бажання втекти з небезпечного району, як людська маса починає сліпо копіювати його дії. Тому люди найчастіше гинуть не від небезпеки, а від страху і паніки, що виникають у натовпі. Про це треба завжди пам'ятати і передбачати можливу небезпеку.

### **Правила поведінки у натовпі під час масових заходів**

Щоб не загинути у натовпі, краще правило – не потрапляти в нього або обминати його. Якщо це неможливо, ні в якому разі не йти проти натовпу.

Пам'ятайте, що найнебезпечніше – бути затиснутим і зтоптаним у натовпі!

Люди завжди прориваються вперед, до виходу. Найбільша тиснява буває в дверях, перед сценою, біля арени тощо. Тому входячи в будь-яке приміщення, треба звертати увагу на запасні й аварійні виходи, знати, як до них добратися.

Будьте пильними, не наближайтеся до вітрин, стін, скляних дверей, до яких вас можуть притиснути. Якщо натовп захопив вас – не чиніть йому опору. Глибоко вдихніть, зігніть руки в ліктях, підніміть їх, щоб захистити грудну клітину. Не тримайте руки в кишенях, не чіпляйтеся ні за що руками, – їх можуть зламати. Якщо є можливість,

защепніть одяг.

Високі підбори можуть коштувати вам життям, так само, як і розв'язаний шнурок. Якщо ви потрапили у натовп, зніміть прикраси, шарф, краватку, викиньте сумку, парасольку тощо. Якщо у вас щось впало, ні в якому разі не намагайся підняти, – життя дорожче.

**Головне завдання в натовпі – не впасти. Якщо вас збили з ніг і ви впали на землю, спробуйте звернутися клубком і захистити голову руками, прикриваючи потилицю. При першій можливості треба спробувати встати на ноги.**

З метою запобігання надзвичайним ситуаціям під час проведення масових заходів рекомендується створення з колег, друзів знайомих, з якими разом берете участь у масових заходах, так званих «груп порятунку». Основне їхнє завдання – своєчасне й оперативне реагування на раптові запити присутніх і недопущення панічних настроїв.

## **Складаємо аптечку на випадок екстремальної ситуації**

«Екстремальна» аптечка не набагато відрізняється від звичайної, але аптечка на випадок форс-мажору не залишає власнику права на помилку. В таку аптечку потрібно покласти все те, що людина застосує у «звичайному житті» при:

- дрібних побутових травмах, у тому числі порізів (стерильні бинти і серветки, вата, перекис водню, спирт, йод, пластир);
- алергії (лоратадин чи кларитин);
- отруєнні (лоперамід, но-шпа, дротаверин);
- застуді (парацетамол, ібупрофен);
- травмах очей (сульфацил натрію, альбуцид).

Дуже важлива складова аптечки – індивідуальні медика-

менти для кожного члена сім'ї. Кожен знає свої хвороби і, відповідно, бере для них ліки. Покладіть у тривожний рюкзачок запасну пару окулярів, якщо ви їх носите.

**Важливе правило при складанні аптечки:** беріть тільки ті медикаменти та прилади, якими ви зможете скористатися. Не потрібно купувати ліки в ампулах, хоч вони і більш ефективні, якщо ви не вмієте робити уколи, ставити крапельниці.

На випадок екстремальної ситуації неодмінно мають бути ліки від вогнепальних поранень – антибіотики, знеболююче та кровоспинне. З вогнепальним пораненням потрібно їхати до лікаря. Якщо такої можливості немає – то людина, в основному, помирає за двох причин: від пошкоджень внутрішніх



органів – легень і кишок, або через сильну кровотечу.

Ось з останнім можна боротися самостійно. Традиційний метод зупинки крові – тиснуча пов'язка, все необхідне для якої має бути в базовій аптечці. Але якщо при пораненні зачеплені великі судини, то зупинити кров дуже складно, і тоді вам знадобиться спеціальний кровоспинний порошок – Гемостоп або західні препарати Quick Clot і Celox. Засоби для зупинки крові, мабуть, найважливіші для людини з вогнепальним пораненням, тому що до 60% постраждалих помирають протягом години саме від крововтрати.

На другому місці при пораненні – знеболюваче, оскільки людині дуже складно перенести больовий шок. Звичайних знеболюючих таких, як парацетамол, панadol, ефералган, при вогнепальному пораненні може бути недостатньо. Застосовується солпадеїн або дексалгін. Необхідні декілька упаковок на одну людину. Бажано дексалгін в ампулах на випадок серйозного поранення (5 ампул та шприци).

Антибіотики актуальні при будь-якій хворобі, коли підвищується температура одночасно з виділенням гною, блювотою, проносом, набряком тощо. При вогнепальному пораненні, травм з відкритою раною, антибіотики приймаються у кожному випадку, коли немає можливості швидко доїхати до лікаря. Є два антибіотики на всі випадки життя – це амоксицикл або його аналоги і ципрофлоксацин (є в таблетках і ампулах). Якщо вмієте робити уколи – беріть в ампулах, якщо ні – в таблетках, вони досить ефективні. Якщо людина опинилася в екстремальній ситуації, поранена, то можна приймати два антибіотики одночасно або почати з амоксициклу і якщо протягом двох діб температура не знизиться – підключити ципрофлоксацин. Є ще одне максимально спрощене правило вживання цих ліків: груди і вище – амоксицикл, живіт і нижче – ципрофлоксацин (проти мікробів, що викликають кишкові

розлади).

Отруєння – одна з найбільш гострих проблем при надзвичайних ситуаціях через антисанітарію. Тому в аптечку треба покласти дезінфікуючі серветки, гелі, спирт (або горілку) тощо. Не завадять в аптечці ентеросорбент (вугілля активоване в таблетках по 0,25, №10 або інший аналог), засоби для очищення та знезараження води (спеціальна трубка-фільтр Aquamira Frontier Emergency або таблетки Акватабс).

До аптечки обов'язково слід додати: нетравматичні компактні ножиці, медичні вироби для зупинки кровотеч: еластичний бинд, кровоспинний бинт, стискаюча пов'язка, рулонні пластири на тканинній основі, скотч для фіксації, джгут (краще САТ — Combat Application Tourniquet), який можна накласти однією рукою за 10-30 с, аерозоль протиопіковий.

Додайте папір для поміток та ручку (олівець).

**У разі виникнення надзвичайних ситуацій телефонуйте:**

101 – служба порятунку

102 – поліція

103 – швидка допомога

#### Список використаних джерел

Електронні ресурси. – Режим доступу:

<https://www.bbc.com>

<https://suspilne.media>

<https://www.rbc.ua>

<https://nus.org.ua>

<https://yur.gazeta.com>

<https://www.epravda.com.ua>

**Віктор СУХІЛІН,**

методист НМЦ ПТО у Харківській області

*На допомогу педагогу*

## УСЕ ПРО ХІМІЧНУ НЕБЕЗПЕКУ

В умовах війни на території України потрібно бути готовим до використання російським агресором різноманітних видів зброї, у тому числі і хімічної.

Хімічну небезпеку на конкретній території можуть спричинити аварійні ситуації на виробництвах, які використовують токсичні речовини у технологічних процесах, а також перевозять хімічно небезпечні речовини (ХНР). Зокрема, викиди ХНР в атмосферу становлять небезпеку для людей, тварин, рослин. Особливо варто врахувати небезпеку використання хімічної зброї під час ведення бойових дій.

**ХІМІЧНА ЗБРОЯ** – це отруйна речовина (ОР), що використовується для завдання умисної смерті або шкоди через свої токсичні властивості.

**Засоби доставки та застосування ОР:**

- авіаційні бомби;
- керовані та некеровані ракети;



- міни, торпеди, фугаси;
- артилерійські снаряди;
- гранати, шашки.

Хімічна зброя є вкрай шкідливою, а її використання не завжди вдається швидко визначити. Саме тому важливо

слідкувати за повідомленнями офіційних джерел інформації та чітко дотримуватись інструкцій, які вони надають. Такі повідомлення мають містити:

- оголошення про ознаки застосування хімічної зброї;



- основні ознаки виявлених хімічних речовин;
- територію їхнього застосування;
- рекомендації щодо запобігання ураження та надання первинної допомоги;
- способи звернення для постраждалих осіб та номери екстрених служб;
- вказівки для осіб, які потребують евакуації з зони ураження;

Базові повідомлення про хімічну тривогу є загальними для всіх категорій хімічних речовин. Після підтвердження використання конкретних видів хімічної зброї офіційні повідомлення та вказівки будуть деталізовані.

#### Ознаки застосування хімічної зброї

Якщо ви перебуваєте у зоні бойових дій, звертайте увагу на такі зовнішні ознаки застосування хімічної зброї:

- двоє або більше осіб стали невідомими з незрозумілих причин;
- знайдено невідомі рідини, порошки або пари;
- відчуються незрозумілі запахи або смаки;
- знайдено невідомі та/або покинуті без нагляду матеріали, пристрої чи обладнання;
- спостерігається масова швидка загибель дрібних тварин (птахів, комах);
- спостерігається масовий вияв фізичних симптомів ураження хімічними речовинами (детально про фізичні симптоми читайте нижче).

Будь-яка з цих ознак може бути індикатором застосування хімічної зброї. Наявність кількох ознак одночасно вказує на підвищену ймовірність того, що інцидент пов'язаний з застосуванням хімічних речовин. негайно повідомляйте про наявність таких ознак за єдиним номером виклику служб екстреної допомоги (диспетчер викличе бригаду потрібної служби) — 112.

**ВАЖЛИВО!** Якщо ви маєте підозру щодо застосування хімічної зброї, реагуйте належним чином, щоб зменшити потенційну шкоду собі та іншим. Не наражайте себе на небезпеку!

#### ПЕРШОЧЕРГОВІ ДІЇ В ЗОНІ ХІМІЧНОГО УРАЖЕННЯ

Що робити, якщо ви опинились поблизу зони ураження хімічною зброєю:

##### Якщо ви на вулиці:

- Залиште територію ураження. Чим коротшим буде контакт з хімічними речовинами та чим далі ви будете від епіцентру ураження, тим меншою буде потенційна шкода від них.
- Намагайтесь рухатись швидко, але не бігти. Ваше дихання має бути спокійним та повільним, щоб вдихати якомога менше отрути.
- Знайдіть укриття поблизу. Якщо це можливо, повертайтеся у своє помешкання.

##### Якщо під час хімічної тривоги ви в приміщенні:

- Якщо можливо, підніміться на найвищий поверх і знайдіть кімнату з якомога меншою кількістю вікон та дверей. Хімічні речовини, як правило, важчі за повітря, тому на верхніх рівнях будинків повітря буде чистішим.
- Зменште потік повітря ззовні всередину. Закрийте вікна, двері, вентиляційні отвори та все інше, що допомагає потрапляти повітря в приміщення ззовні.
- Не їжте і не пийте нічого, що могло зазнати впливу хімічних речовин.
- Увімкніть новини по радіо, телебаченню чи в Інтернеті, щоб отримувати оновлені повідомлення про здоров'я та безпеку. Вам мають повідомити, коли буде безпечно виходити на вулицю.

##### Якщо ви перебуваєте у своєму автомобілі й не можете залишити уражену зону, зведіть до мінімуму ризик впливу хімічної речовини:

- З'їжджайте на узбіччя так, щоб не блокувати та не заважати руху аварійних автомобілів.
- Вимкніть двигун і закрийте всі вентиляційні отвори, які втягують зовнішнє повітря, включаючи вентиляційні отвори кондиціонера. Запуск двигуна та їзда втягують зовнішнє повітря в автомобіль і можуть піддати вас впливу хімічних речовин.
- Щоб звести до мінімуму кількість хімічної речовини, яку ви вдихнете, прикрийте рот і ніс тканиною, наприклад, шарфом або носовою хусткою.
- Слухайте подальші вказівки від аварійного персоналу на місці події або слухайте новини по радіо чи слідкуйте за офіційними джерелами в інтернеті.

#### Що потрібно знати про хімічно небезпечні речовини

Можуть бути загрози отруєння хлором, аміаком та виробничими сполуками:

- ознаками **отруєння хлором** є різкий біль у грудях, різі в очах, сльозотеча, задишка, сухий кашель, блювання, порушення координації рухів та поява бульбашок на шкірі;
- ознаками **отруєння аміаком** є почастішання серцебиття і пульсу, збудження, можливі судоми, ядуха, різь в очах, сльозотеча, нежить, кашель, почервоніння і свербіж шкіри;
- ознаками **отруєння іритом** є почервоніння та свербіж, які з часом можуть змінитися на жовті пухирі на шкірі, роздратування, біль, набряк і сльозотеча, світлочутливість, при важкому ураженні – сильний біль або сліпота, що триває до 10 днів, нежить, чхання, захриплість голосу, задишка та кашель, біль у животі, діарея, лихоманка, нудота та блювота;
- ознаками **отруєння зарином** є двоїння в очах, біль при рухах очних яблук, підвищена пітливість, тахікардія, яка змінюється брадикардією, підвищений АТ, нудота, блювання та/або абдомінальний біль, слабкість, головний біль, бронхоспазм (нагадує приступ бронхіальної астми), при найтяжчій формі ураження – судоми та параліч (параліч дихальних м'язів призводить до блискавично швидкої смерті);
- **аміак** – легший за повітря, від нього варто ховатись у підвалах та підземних укриттях;
- **іритум**, зарин та хлор тяжчі за повітря, тому потрібно рятуватись на підвищеннях.



### Перша медична допомога при отруєнні аміаком

Негайно винесіть постраждалого із зони ураження. Шкіру, рот, ніс промийте водою. В очі закачайте по дві-три краплі 30% альбуніду, в ніс – оливкове масло. Транспортуйте потерпілого до медичного закладу у лежачому положенні. Забезпечте тепло та спокій, дайте зволожений кисень.

### Перша допомога при отруєнні іпритом

Очі і ніс необхідно добре промити, а рот і горло – прополоскати 2% розчином питної соди або чистою водою. Під час отруєння водою або їжею, заражених іпритом, викликати блювання, а потім ввести рідку кашу, яка приготується із рахунку 25 г активованого вугілля на 100 мл води.

### Перша допомога при ураженні заринном

1. Негайно покиньте місцевість, де був здійснений викид зарину. Якщо викид був здійснений на відкритій місцевості – піднімайтеся на якомога вищий поверх, так як зарин важчий за повітря і опускається до нижче лежачих шарів.

2. Звільніться від одягу, на який потрапив зарин. При потраплянні на шкіру негайно змийте залишки речовини зі своєї шкіри великою кількістю води з милом.

3. Якщо зарин потрапив в очі – промийте їх під проточною водою або фізіологічним розчином кімнатної температури протягом 10-15 хвилин. Закапувати очі 1% розчином атропіну кілька разів на день протягом 3 діб. Якщо ви носите контактні лінзи, зніміть їх перед промиванням очей і не одягайте опісля.

4. Якщо зарин проник у ваш організм аліментарним шляхом – не потрібно викликати блювання та вживати воду чи будь-що інше.

5. Антidotами зарину є: 0,1% розчин атропіну, який вводиться підшкірно:

— по 1 мл 3-4 рази на добу при ураженні легкого ступеня;

— при ураженні середнього ступеня по 2-4 мл, повторюючи введення кожні 20-30 хв. по 1-2 мл до покращення стану або появи симптомів атропінізації (розширення зіниць, сухість та почервоніння шкіри, пригнічення секреції слини, тахікардія);

— при ураженні важкого ступеня по 4-6 мл, повторюючи кожні 3-8 хв. по 1-2 мл до припинення судом або появи симптомів атропінізації;

— при легкому чи помірному ураженні дорослим та підліткам 2-4 мг внутрішньом'язово;

— при легкому чи помірному ураженні дітям: немовлятам від 0 до 2 років 0,05 мг/кг внутрішньом'язово; дітям від 3 до 7 років 1 мг внутрішньовенно; дітям від 8 до 14 років 2 мг внутрішньовенно;

— при важкому ураженні дорослим та підліткам 6 мг внутрішньом'язово або 5 мг внутрішньовенно;

— при важкому ураженні дітям: немовлятам від 0 до 2 років: 0,1 мг/кг в/м або в/в; дітям від 3 до 7 років 0,1 мг/кг в/м або в/в; дітям від 8 до 14 років 4 мг в/м або в/в. Повторюйте початкову дозу атропіну (максимум 2 мг) кожні 5-10 хвилин, поки симптоми не зменшаться.

Реактиватори холін естерази застосовуються в перші години: дипіроксим (15% розчин 1 мл в/в або п/ш). При судамах необхідне введення бензодіазепінів.

### Перша медична допомога при отруєнні хлором

Негайно перемістіть постраждалого із забрудненої зони на свіже повітря, щільно вкрийте, дайте подихати киснем,

парами води або аерозолем 0,5% розчину питної соди протягом 15 хвилин. Шкіру, рот, ніс промийте 2% розчином питної соди або водою з милом. Основним засобом боротьби з хлором є вода, за можливості – тепле молоко з содою. У разі необхідності зробіть штучне дихання «рот у рот». Не дозволяйте потерпілому пересуватися самостійно. Транспортуйте його лише у лежачому положенні.

### Як потрібно діяти у разі хімічної небезпеки

Найперше не панікуйте. Після того, як дізналися по радіо або іншим засобам оповіщення про викид (розлив) в атмосферу НХР та про небезпеку хімічного зараження, повинні зробити такі дії:

- швидко зберіть необхідні документи, цінності, ліки, продукти, запас питної води та інші необхідні речі у герметичну валізу та підготуйтеся до евакуації;
- в очікуванні евакуації щільно закрийте вікна, двері, фрамуги, вентиляційні отвори, та герметизуйте їх липкими стрічками, змоченими водою тканиною, папером;
- надягніть засоби індивідуального захисту органів дихання (ватно-марлеві пов'язки, змочені у воді або краще у 2-5% розчині питної соди (при ураженні хлором), оцтової або лимонної кислоти (при ураженні аміаком);
- використайте найпростіші засоби захисту шкіри (одягу), взуття (бажано гумове);
- за наявності, одягніть захисні окуляри;
- попередьте сусідів про початок евакуації. Надайте допомогу дітям, інвалідам та людям похилого віку. Вони підлягають евакуації в першу чергу;
- в очікуванні інформації у разі ураження аміаком сховайтеся на нижніх поверхах захищеної споруди;
- у разі ураження хлором підніміться на верхні поверхи будівель;
- візьміть підготовлені речі, вимкніть джерела електро-, водо- і газопостачання, залишіть приміщення (квартиру, будинок);
- виходьте із зони хімічного зараження в напрямі, перпендикулярному до напрямку вітру та обходьте тунелі, яри, лощини – в низинах може бути висока концентрація хімічно небезпечних речовин.

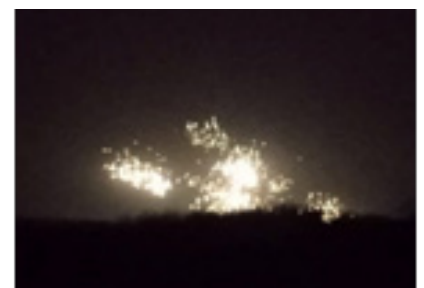
### ФОСФОРНІ БОМБИ

Ці небезпечні боєприпаси використовують проти мирних українців російські окупаційні війська.

Якщо вибухнула фосфорна бомба, варто пам'ятати, що пожежі від неї важко та довго ліквідуються. Фосфорної бомби супроводжується яскравим світлом, іскрами та білим, їдким димом. Фосфор вступає в хімічну реакцію з киснем, температура його горіння перевищує 800°C, тому таку пожежу треба гасити великою кількістю води або мокрого піску.

Якщо це можливо, необхідно одразу викликати бригаду екстреної медичної допомоги. Потрібно у рукавичках зняти із постраждалого весь одяг. Не можна торкатися руками видимих частинок білого фосфору.

Якщо часточки фосфору потрапили на шкіру – треба





обережно промити чистою холодною водою. Запам'ятайте, що содові розчини, харчову соду та інші рідини не використовують у наданні допомоги постраждалим від білого фосфору.

**Заборонено наносити на опіки та рани будь-які мазі.**

Після цього фахівці рекомендують прикрити уражені ділянки шкіри та частини тіла чистою вологою серветкою або промокною тканиною чи бинтом.

Не залишайте постраждалого без догляду до приїзду медиків.

Щоб уберегти дихальні шляхи, треба якомога швидше залишити місце атаки. Фахівці радять надіти протигаз або респіратор, а для тварин використати мокру тканину, яка не заважатиме диханню.

Якщо у постраждалої людини порушене дихання, допоможіть йому/їй зайняти зручне положення, яке забезпечить прохідність дихальних шляхів та полегшить дихання.

Не лишайте людину на самоті до приїзду медиків, не провокуйте у неї

блювоту. Блювотні маси та фекалії постраждалого можуть викликати опіки під час контакту зі шкірою.

Якщо білий фосфор потрапив в очі, необхідно залишити місце атаки та зони ураження, промити очі великою кількістю прохолодної води протягом щонайменше 15 хвилин. Після цього необхідно накласти на очі вологі серветки (компреси). Це дозволить уникнути повторного займання частинок білого фосфору.

#### **Евакуація із зони ураження хімічною зброєю**

Під час евакуації з зони ураження хімічною зброєю вдягайте чистий щільний одяг, який максимально закриває всі ділянки тіла. Якщо є можливість, вдягніть окуляри, маски, шапки та рукавички, а також дощовик. Якщо ви маєте перебувати в укритті, зробіть запас води, їжі та предметів першої необхідності.

Території, які зазнали впливу хімічної зброї, можуть залишатись небезпеч-

ними тривалий час, від декількох годин до декількох місяців. Не повертайтеся у зону ураження без відповідних розпоряджень ДСНС та інших екстрених служб.

#### **Список використаних джерел**

1. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ- підручник / О.Г.Левченко, О.І.Полукаров, В.В.Зацарний, Ю.О.Полукаров, О.В.Землянська. – Київ, КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 409 с.

2. Електронні ресурси. – Режим доступу:

– Джерело: ІА «Вчасно» — <https://vchasnoua.com/donbass/71808-yak-diiaty-u-razi-khimichnoi-ataky-z-bokurosii-instruktsiia>

– <https://phc.org.ua/>

– <https://spadok.org.ua/bezpeka/pam-yatka-shcho-robyty-u-vypadku-khimichnoyi-ataky-abo-avariyi>

**Наталія КУЧЕР,**  
методист НМЦ ПТО  
у Харківській області

*На допомогу педагогу*

## **ВИКОРИСТАННЯ І СТВОРЕННЯ ОСВІТНІХ ЕЛЕКТРОННИХ РЕСУРСІВ** *(Коротко про декілька програм для створення електронних підручників)*

Важливим фактором модернізації системи освіти є створення і використання засобів навчання нового покоління, зокрема комп'ютерних, які поєднують досягнення сучасної педагогічної науки з можливостями інформаційно-комп'ютерних технологій, що передбачає створення та використання в освітньому процесі електронних підручників і посібників.

Застосування мультимедійних засобів на уроках дозволяє підвищити інтерес здобувачів освіти до майбутньої професії і успішність з будь-якого предмета. Навчальні комп'ютерні програми і електронні підручники дають можливість кожному здобувачу освіти незалежно від рівня його підготовки брати активну участь в освітньому процесі, здійснювати самоконтроль.

Також здобувач освіти не є «прив'язаним» до бібліотеки свого закладу освіти, єдине, що треба для пошуку інформації — це комп'ютер

або ноутбук, оснащений відповідними програмами. Це дозволяє людині, яка навчається, бути не пасивним спостерігачем, а активно отримувати знання і оцінювати свої можливості.

Важливою умовою використання педагогічних програмних засобів в освітньому процесі є готовність педагогів до роботи з електронними ресурсами. Електронні засоби навчального призначення, як правило, створюють, щоб забезпечити можливість реалізації сучасних педагогічних технологій. Педагогу для ефективного використання таких електронних ресурсів необхідно вміти застосовувати інноваційні педагогічні технології, сучасні методи та організаційні форми навчання.

Електронний підручник покликаний не замінити друкований посібник, а доповнити його за рахунок подання навчального матеріалу в іншому вигляді — за допомогою акцентів на ключових поняттях, тез та опорних схем,

використання інтерактивних завдань, великої кількості мультимедійного ілюстративного матеріалу.

Електронний підручник має сучасний дизайн і відповідає ергономічним вимогам до комп'ютерних засобів навчання. Перше, це можливість включати в них сучасні способи подання інформації, у вигляді навчальних програм, що використовують у тому числі засоби анімації. Друге, можливість включати інтерактивні засоби контролю знань для перевірки, самоперевірки, і третє, при нинішньому складному стані з підручниками, електронну версію легко зберегти на диск або флешку і користуватися ним на домашньому комп'ютері. Якщо при цьому підручник покласти на сервер, то до нього може бути забезпечений необмежений доступ. Здобувачі освіти починають одержувати задоволення від такого процесу навчання, незалежно від зовнішніх мотиваційних факторів.





Існує декілька визначень поняття «електронний підручник»:

1) сукупність графічної, текстової, цифрової, мовної, музичної, відео, фото й іншої інформації, а також друкованої документації користувача. Електронне видання може бути виконане на будь-якому електронному носії – магнітному (магнітна стрічка, магнітний диск та інші), оптичному (CD, DVD, BD), а також опубліковано в електронній комп'ютерній мережі;

2) повинен містити систематизований матеріал з відповідної науково-практичної області знань, забезпечувати творче й активне оволодіння здобувачами освіти знаннями, уміннями і навичками в цій області. Електронний підручник може відрізнятися високим рівнем виконання і художнього оформлення, повнотою інформації, якістю методичного інструментарію і технічного виконання, наочністю, логічністю і послідовністю викладу;

3) навчальне видання, що містить систематизований виклад навчального предмета або його частини, що відповідає державному стандарту і навчальній програмі; офіційно затверджене як даний вид видання;

4) це текст, представлений в електронній формі і забезпечений розгалуженою системою зв'язків, що дозволяє миттєво переходити від одного його фрагмента до іншого відповідно до деякої ієрархії фрагментів.

Як і в створенні будь-яких складних систем, при підготовці електронного підручника вирішальним для успіху є талант і майстерність авторів. Проте існують стандартні форми електронних підручників, точніше, конструктивних елементів, з яких може бути побудований електронний підручник.

**Тест.** Зовні – це найпростіша форма електронного підручника. Основну складність становить підбір і формулювання питань, а також інтерпретація відповідей на питання. Гарний тест дозволяє одержати об'єктивну картину знань, умінь і навичок, якими володіє здобувач освіти з певного предмета.

**Енциклопедія.** Це базова форма електронного підручника. На змістовному рівні термін «енциклопедія» означає, що інформація, яка сконцентрована в електронному підручнику, повинна бути повною і навіть надлишковою стосовно стандартів освіти.

**Задачник.** Задачник в електронному підручнику найбільш природно здійснює функцію навчання. Здобувач

освіти одержує навчальну інформацію, що необхідна для рішення конкретного завдання. Головна проблема — підбір практичних завдань, що охоплюють весь теоретичний матеріал.

**Креативне середовище.** Сучасні електронні підручники повинні забезпечувати творчу роботу здобувача освіти. Саме творча робота, що виконана в рамках проекту, сформульованого викладачем, сприяє формуванню і закріпленню комплексу навичок і вмінь здобувача освіти. Креативне середовище дозволяє організувати колективну роботу учнів над проектом.

**Авторське середовище.** Електронний підручник повинен бути адаптованим до освітнього процесу. Тобто дозволяти враховувати особливості конкретного закладу освіти, конкретної професії, конкретного здобувача освіти. Для цього існує відповідне авторське середовище. Таке середовище, наприклад, забезпечує включення додаткових матеріалів в електронну енциклопедію, дозволяє поповнювати задачник, розробляти дидактичні матеріали і методичну допомогу для певного навчального предмета. Фактично, це інструмент, за допомогою якого і створюється електронний підручник.

**Невербальне середовище.** Традиційно електронні підручники є вербаль-

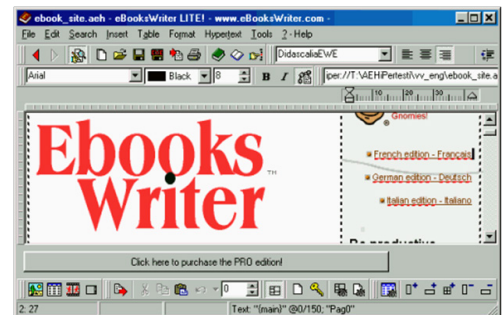
ними за своєю природою. Вони викладають теорію в текстовій або графічній формі. Це є спадщиною поліграфічних видань. Але в електронному підручнику можна реалізувати методичний прийом «роби як я». Таке середовище наділяє електронний підручник рисами живого викладача.

У сучасному підручнику віддається перевага інформації у вигляді інфографіки, що робить доступ до інформації легшим, зручнішим і органічнішим, поліпшується засвоєння матеріалу здобувачем освіти.

Основна перевага електронного підручника в порівнянні з друкованим підручником – це можливість інтерактивної взаємодії між користувачем і компонентами підручника. Інтерактивність електронного підручника полягає у представленні інформації у формі, яка сприяє діалогу здобувача освіти та комп'ютера. Використання принципу інтерактивності дозволяє учню прямо включитися у тему, залучитися до активної роботи, спрямуватися на самостійне оволодіння знаннями з предметів, надавати необхідну інформацію за запитами.

**Розглянемо та коротко охарактеризуємо декілька програм для створення електронних підручників.**

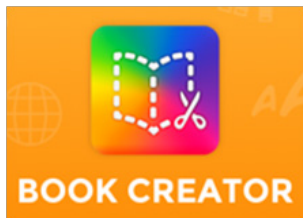
**eBooksWriter LITE** – це досить проста в експлуатації програма з достатньою кількістю функцій. З її допомогою створюють книги не тільки для ПК, але і для мобільних пристроїв. Характеристики: має простий візуальний редактор, що підходить як для початківця, так і для просунутого користувача; продукт дає можливість не тільки створювати посібники з нуля, але й імпортувати вже готові книги у форматі \*.rtf або \*.doc; крім текстових даних, книга, може містити аудіо- і відеофайли і таблиці. Переваги: підручник, створений за допомогою даного продукту, являє собою файл невеликого розміру, що саморозпаковується; наявна можливість захистити паролем окремі частини книги або весь посібник цілком; можливість захисту від копіювання або друку; книги зберігаються у форматах \*.exe або \*.aen; наявність підключених модулів. Недолік: безкоштовна версія LITE може створювати електронні підручники лише розміром до 1 Мб, що відповідає приблизно 20 сторінкам. У версіях pro і gold допустимий розмір книг набагато більший: до 260 000 сторінок.



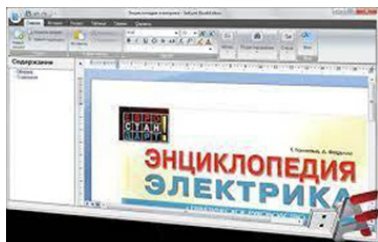
**eBook Maestro** – це універсальний засіб створення електронних часописів, посібників, звітів, презентацій, опитувальників, книг. За допомогою даного продукту у посібник можуть бути включені файли різних типів: HTML сторінки, VB і Java скрипти, звукові, графічні і відео фай-

ли, посилання на ресурс в Інтернеті. Всі файли книги, що має складну структуру, зберігаються в різних директоріях. Переваги: підтримка HTML, WSH; обробка і збереження даних, введені користувачем у проєкт; захист від плагіату, друк на паперові носії; можливість перетворення тексту в мову; швидкий і зручний пошук. Недоліки: у безкоштовній версії можна створювати проєкти тільки для некомерційних цілей; максимальна кількість файлів для однієї книги у версії FREE – 500, у той час як у версіях standard і pro їх необмежена кількість.

**Book Creator** – це простий у використанні продукт, який зі звичайних файлів htm, txt, doc та rtf створить електронний посібник, який буде виглядати як звичайна розкрита книга на паперовому носії. За допомогою Book Creator можна створити добре структурований підручник з біографією автора і змістом. Переваги: можна не тільки створювати книги, але і конвертувати їх з інших форматів; є можливість створювати власний унікальний дизайн для посібника; зручний для рядового користувача; є докладна вбудована довідка. Недоліки: у chm файлах немає ні скролінгу, ні закладок; повільна обробка файлів \*.doc.



**SeKum BookStudio** – програмний комплекс, що дозволяє легко і швидко створювати електронні інформаційні посібники та експортувати їх у різні формати електронних книг (epub, fb2, mobi, azw3), документів (chm, pdf, docx, rtf, txt), web-сайт (html), у вигляді окремої програми для Windows (exe) або Android (apk) [3]. За



допомогою програми SeKum BookStudio можна створювати будь-які інформаційні продукти в електронному вигляді: книги, підручники, методичні вказівки, словники, енциклопедії. Після створення книги можливість збереження в необхідному форматі: docx, html, pdf, chm, exe, epub, fb2, mobi, azw3, exe, apk.

**Adobe Captivate 5** – програмний продукт Adobe Captivate є зручним засобом створення і публікації матеріалів. Captivate надає широкий спектр можливостей: створення навчальних матеріалів на основі презентацій, створених у Microsoft PowerPoint, захоплення зображення з монітора, створення тестових завдань з можливістю переходу в залежності від відповіді на питання. У навчальні матеріали можуть бути вбудовані інтерактивні елементи, такі як поля для введення текстових даних та опитування з можливістю вибору правильного варіанту відповіді. Компактні розміри і високий дозвіл файлів Adobe Captivate дозволяють широко використовувати їх для

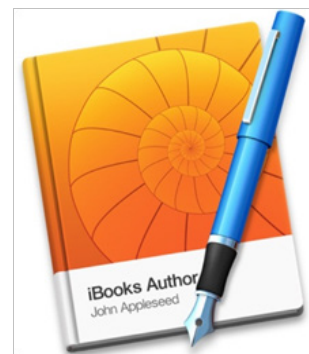


придбання навичок роботи з додатком, надання довідкової інформації та демонстрації можливостей нових продуктів. Фокусування уваги користувачів на певних областях екрану, що містять навчальний контент, можливо з використанням технології збільшення необхідних фрагментів та розмиття інших. Навчальні курси, що розробляються за допомогою Adobe Captivate, ґрунтуються на технології Flash. Незважаючи на розглянуті вище можливості Adobe Captivate, слід зазначити, що ця технологія є пропрієтарною, закритою і не підтримується на планшетних пристроях і смартфонах. Крім того, ця технологія є надзвичайно вимогливою до обчислювальних ресурсів, що робить її незручною для використання. Дозволяє створювати навчальні матеріали, що складаються з текстових матеріалів, Java-апплетів, імпортувати матеріали зовнішніх веб-сайтів. Дає можливість вставляти тестові завдання різного типу, включаючи питання з відкритою відповіддю для перевірки викладачем. Пакет дозволяє упаковувати навчальні матеріали відповідно до стандарту SCORM (Sharable Content Object Reference Model – стандарт, розроблений для систем дистанційного навчання). Програма володіє досить простим інтерфейсом і не вимоглива до апаратних ресурсів комп'ютера, має варіант, що не вимагає установки, який може завантажуватися з Flash-носія. Матеріали, що розробляються за допомогою eXe, ґрунтуються на технологіях html і Java-script.

**Articulate** — даний пакет являє собою набір програмних продуктів для створення навчальних матеріалів, заснованих на технології Flash. До його складу входять продукти, призначені для конвертації презентацій MS PowerPoint в Flash, створення інтерактивних Flash-слайдів, створення тестових завдань, монтажу відео. Кожен з продуктів діє як окремих додаток, хоча вони і глибоко пов'язані між собою, дозволяючи комбінувати матеріали, створені в різних продуктах. Засіб для конвертації презентацій вбудовується безпосередньо в стрічку MS PowerPoint, що полегшує базові дії з конвертації. Але в цілому схема з розрізнених додатків виглядає злегка заплутаною. Для публікації розроблених матеріалів підтримуються стандарти SCORM.



**iBooksAuthor** – інструмент для створення offline-підручників, безкоштовно доступний в App Store для Mac і дозволяє створити чудові книги з технологією Multi-Touch і будь-які інші книги спеціально для iPad. Цей пакет на сьогодні можна вважати стандартом для розробки навчальних матеріалів для планшетних комп'ютерів, повністю відповідним технології створення відкритих електронних освітніх ресурсів. Цей додаток дозволяє створювати offline-підручники для пристроїв від компанії Apple, читання яких відбувається через програму iBooks, а



завантаження доступне через iTunes. Програма дозволяє створювати електронні книги з планшетного комп'ютера, супроводжувати текст відеороликами, галереями зображень й інтерактивними елементами-діаграмами, 3D-анімацією тощо. У розпорядження користувача надаються широкі можливості вибору макетів сторінок. Шляхом простого перетягування об'єктів мишею можна додати в підручник текст і зображення. Використання віджетів Multi-Touch дозволяє включити інтерактивну фотогалерею, фільми, презентації Keynote, тривимірні об'єкти і багато іншого. Підручник доступний на iPad в будь-який час, його можна зберегти в iBookstore, розмістити на сервері iTunes U або поділитися з будь-яким користувачем iPad.

Крім перерахованих вище продуктів, існують й інші програми для створення електронних підручників, що розповсюджуються безкоштовно. У кожній є свої сильні і слабкі сторони, і при виборі однієї з них слід керуватися тим, наскільки складною за структурою і змістом повинна бути створювана книга. Слід також врахувати, що одні програми надзвичайно прості та зрозумілі пересічному користувачеві, але мають мінімум функцій, інші містять великий професійний функціонал, однак занадто складні для сприйняття недосвідченої людини.

При надмірному захопленні електронними ресурсами виникає проблема живого спілкування, яка, у свою чергу, породжує психологічні проблеми особистості в суспільстві. І на це треба теж звертати увагу. Будь-яке надбання людства треба використовувати розумно. Надання переваги чомусь одному обов'язково призведе до втрати іншого, не менш важливого. Як завжди, виручить «золота середина».

Ось деякі корисні посилання на електронні ресурси освітніх центрів і МОН України, що можуть допомогти у роботі і навчанні педагогам, а також здобувачам професійної освіти:

1. <https://mon.gov.ua/ua/osvita/profesijno-tehnichna-osvita/reforma-profesijnoyi-osviti/zmist-profesijnoyi-osviti-osvitni->

[standarti-programi-informaciya-dlya-uchniv-ta-pedagogiv/onlajn-resursi-dlya-studentiv-proftehiv](https://standarti-programi-informaciya-dlya-uchniv-ta-pedagogiv/onlajn-resursi-dlya-studentiv-proftehiv)

2. <https://lib4you.org.ua/> Путівник бібліотеками України
3. <https://wp.nmc-pto.rv.ua/electronna-biblioteka/>
4. <https://sites.google.com/view/biblptozp/>
5. <https://binpo.com.ua/%d1%86%d0%b8%d1%84%d1%80%d0%be%d0%b2%d0%b0-%d0%b1%d1%96%d0%b1%d0%bb%d1%96%d0%be%d1%82%d0%b5%d0%ba%d0%b0-%d0%b1%d1%96%d0%bd%d0%bf%d0%be/>

Професійно-технічна освіта є складовою української системи освіти, де людина може оволодіти знаннями, уміннями і навичками за певною професією. Важливою перевагою професійної освіти є її гнучкість та швидка реакція на запити ринку праці: нині пройти навчання в закладах можуть не лише вчорашні випускники шкіл, а й дорослі, які хочуть підвищити кваліфікацію або змінити професію.

І в цьому процесі електронний підручник, як і педагог, буде необхідною ланкою освітнього процесу. Тому важливо сучасному педагогу вміти швидко й ефективно створити методичні рекомендації, довідкові матеріали, наочні посібники. Від якості і доступності для сприйняття цієї літератури залежить якість підготовки майбутніх кваліфікованих робітників, які відбудовуватимуть нашу незалежну державу.

#### Список використаних джерел

1. <https://vseosvita.ua/library/elektronnij-pidrucnik-pidrucnik-novogo-pokolinna-348.html>
2. <chrome-extension://efaidnbmnfnkceppnckihlhccfmhhmaoabihhbpn/kaj/http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/5182/1/Gricenko.pdf>
3. <https://www.pedrada.com.ua/article/2936-gotumosyavibirati-pdruchnik-elektronnij-chi-paperoviy>
4. <https://mon.gov.ua/ua/tag/profesiyno-tehnichna-osvita>

Підготувала **Ольга ГРИГОРОВА**,  
методист НМЦ ПТО у Харківській області

На допомогу педагогу

## МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

### щодо створення та ефективного використання навчальних кабінетів з предметів професійно-теоретичної підготовки професій будівельного профілю у ЗП(ПТ)О

Реалізація компетентнісного підходу при підготовці здобувачів професійної освіти з професій будівельно-монтажного профілю неможлива без професійного підходу педагога щодо організації освітнього процесу відповідно до СП(ПТ)О. Активна робота над покращенням навчально-матеріальної бази навчальних кабінетів, удосконалення форм і методів роботи в ЗП(ПТ)О, розповсюдження кращих педагогічних ідей вирішують завдання впровадження в освітній процес компетентнісного підходу. Це сприяє успішній адаптації здобувачів професійної освіти до умов сучасного виробництва.

Дані методичні рекомендації призначені для надання педагогам допо-

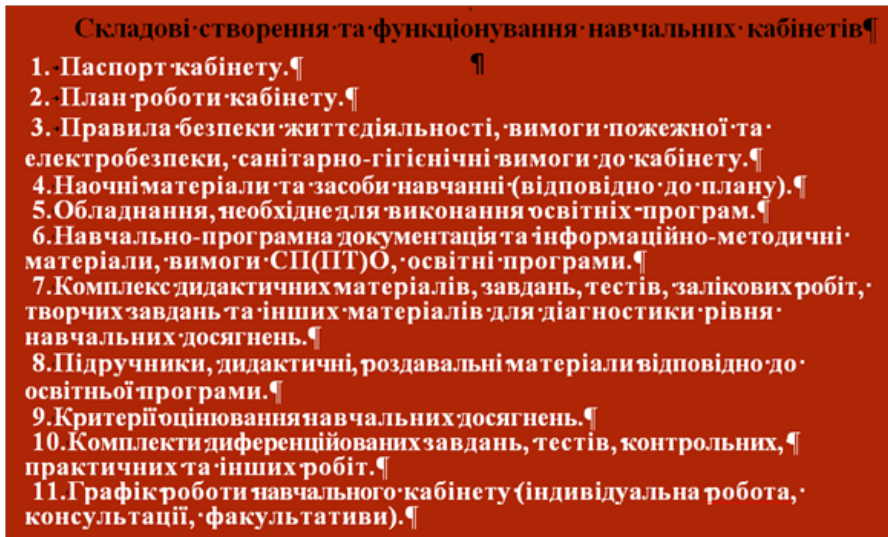


Рис. 1. Складові створення та функціонування навчальних кабінетів



моги у створенні навчальних кабінетів в ЗП(ПТ)О з предметів будівельно-монтажного профілю та їх ефективному використанні з урахуванням оптимальних умов освітнього середовища та реалізації наступних завдань:

- осучаснення навчально-матеріальної бази з предметів професійно-теоретичної підготовки будівельного профілю для проведення занять online та offline;

- упровадження сучасних освітніх, інформаційних та виробничих технологій для оволодіння здобувачами професійної освіти ключовими і професійними компетентностями;

- комплексний підхід до матеріально-технічного та навчально-методичного забезпечення кабінетів з предметів професійно-теоретичної підготовки будівельного профілю;

- узагальнення та розповсюдження позитивного досвіду роботи педагогічних працівників щодо ефективного використання навчальних кабінетів з урахуванням інтеграції освітніх компонентів.

Сучасні вимоги до рівня підготовки кваліфікованих робітників будівельної галузі вимагають якісного проведення занять. Тому навчальні кабінети повинні включати складові, представлені на рис. 1 на стор.11.

Основні вимоги до складання плану роботи кабінету на навчальний рік наступні.

План складається викладачем, який відповідає за кабінет відповідно до профілю, і містить:

- **I частина** — аналіз роботи за попередній навчальний рік (повинен містити інформацію про стан і результативність методичної роботи в кабінеті, проведення заходів, у тому числі вебінарів, семінарів, конкурсів, вікторин, захисту проектів тощо);

- **II частина** — заходи за напрямками роботи на новий навчальний рік, в яких відображаються: організаційна, навчально-методична робота, удосконалення матеріально-технічної бази, позаурочна та інформаційно-бібліографічна робота. У цих заходах повинні відобразитися: оновлення дидактичного матеріалу, складання опорних конспектів, діагностичних карт, навчально-методичного матеріалу згідно з профілем кабінету, робота з обдарованими здобувачами освіти та учнями з низьким рівнем знань; збереження матеріально-технічної бази кабінету.

Напрямки роботи	Заходи	Термін	Відмітка про виконання
ОРГАНІЗАЦІЙНА РОБОТА	Затвердити план роботи кабінету на 2021/2022 н. р.	До 07.09.2021	Виконано
	Забезпечити карантинні заходи відповідно до вимог	з 01.09.2020	Виконано
	Організувати роботу гуртка .....	До 15.09.2021	Виконано
	Провести бесіду .....	До 04.09.2021	
	Скласти графік консультацій .....		
Оформити журнал реєстрації інструктажів здобувачів освіти з безпеки життєдіяльності відповідно до Положення про організацію роботи з охорони праці			
Підготувати звітну документацію.....			
Розробити план роботи.....			
Приєднатися до навчальних груп, створених у Google Classroom для дистанційної форми навчання.			
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА РОБОТА	Провести засідання методичної комісії (взяти участь)...	До 11.10.2021 До 26.10.2021	Виконано
	Опрацювати методичні рекомендації...		
	Оновити навчально-плануючу документацію з предмета (робочі програми, поурочно-тематичні плани)		
	Систематизувати дидактичні матеріали (електронний контент для дистанційного навчання) за темами програми		
	Внести доповнення у паспорт комплексно-методичного забезпечення предмета щодо ....		
	Підготувати матеріали для участі в обласному огляді навчальних кабінетів з предмета .....		
	Підготуватися до виступу .....		
	Підготувати дидактичний матеріал до тем модулів: .....		
	Підготувати методичну розробку .....		
	Розробити .....		
	Оформити стенд .....		
	Підготувати комплекти тренувальних вправ .....		
Комплектувати тематичні папки .....			
Створити .....			
Поповнити .....			
Виготовити .....			
Поповнити .....			
Удосконалення матеріально-технічної бази	Укомплектувати аптечку для надання першої до лікарської допомоги	До 04.09.2021	Виконано
	Оновити куточок з охорони праці, БЖД	До 07.09.2021	
ПОЗАКЛАСНА РОБОТА	Провести індивідуальні консультації з предмета «Технологія штукатурних робіт»	Грудень 2021 15.02.2022	Виконано
	Підготувати матеріали для профорієнтаційної роботи		
ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНА РОБОТА	Провести... засідання гуртка, проєктну роботу, конкурс, тощо	Вересень 2021	Виконано
	Залучити здобувачів освіти...		
ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОГРАФІЧНА РОБОТА	Організувати здобувачів освіти до...	До 11.09.2021 Протягом року	Виконано
	Провести відкритий виховний захід в рамках тижня професії:		
	Поповнити картотеку нормативних документів з організації освітнього процесу у 2021/2022 н. р.		
	Укомплектувати бібліотеку кабінету підручниками та літературою відповідно до вимог освітніх програм .....		
	Систематизувати навчальну та методичну літературу кабінету, дидактичне забезпечення уроків .....		
	Систематизувати методичні матеріали щодо організації дистанційної та змішаної форми навчання .....		
	Поповнити картотеку статей .....		
	Скласти картотеку сервісів для дистанційного навчання .....		
	Поповнити картотеку кращого педагогічного досвіду викладачів англійської мови Харківської області .....		
	Вилучити з бібліотечного фонду кабінету застарілу та непридатну для користування літературу .....		
	Поповнити бібліографічну картотеку новими надходженнями до бібліотеки .....		

Рис. 2. Зразки заповнення плану роботи кабінету

- **III частина** — графік роботи кабінету, функціональне призначення кабінету (навчальні заняття, додаткова робота, факультативи чи консультації).

План роботи кабінету повинен бути затверджений, погоджений на засіданні методичної комісії, на титульній сторінці повинен бути вказаний завідувач(ка) кабінетом, а в таблиці обов'язково вказується відмітка про виконання роботи. Зразки заповнення таблиць плану робо-

ти кабінету із формулюванням заходів за напрямками роботи представлені на рис. 2.

До переліку навчально-програмної документації та інформаційно-методичних матеріалів входять:

- комплект освітньої програми/навчально-програмної документації викладача для навчання кваліфікованих робітників за певною професією і кваліфікацією з предмета;

Навчально-тематичний план з предмета: «Матеріалознавство» Рівень кваліфікації: столяр 3 (2-3)-го розряду (загальнопрофесійний блок)			
№ з/п	Назва компетентності (ЗПВ) та її зміст	Кількість годин	
		Усього	З них на ЛПР
Загальнопрофесійний блок			
Технологічна компетентність			
1.	Частини дерева, їх призначення.	1	
2.	Промислове використання деревини.	1	
3.	Розрізи деревини. Будова стовбура. Макроскопічна будова деревини.	1	
4.	Мікроскопічна будова деревини.	1	
Всього:		4	

№ з/п	Назва навчального модуля, професійних компетентностей та їх зміст	Кількість годин	
		Усього	З них на ЛПР
Модуль СБ-3(2-3).1.1. Виконання заготовок з використанням ручного інструменту			
СБ-3(2-3).1.1.1. Організація праці та підготовчі роботи			
1.	Столярні роботи в будівництві.	1	
2.	Конструктивні елементи будівель, основні вимоги до них.	1	
3.	Вимоги до організації робочого місця.	1	
4.	Підбір деревини для виготовлення заготовок.	2	
5.	Розмірний інструмент, прийоми розмітки	2	
Всього:		7	
СБ-3(2-3).1.2. Виконання простих столярних робіт з використанням столярного інструменту			
6.	Ручний столярний інструмент. Основні операції з обробки деревини ручним та механізованим інструментами.	2	
7.	Інструменти для пиляння. Прийоми пиляння деревини	2	
8.	Інструменти для стругання; прийоми стругання деревини.	2	
9.	Інструменти для додання деревини; прийоми додання деревини. Інструменти для свердління; прийоми свердління деревини.	3	
10.	Інструменти для шліфування; прийоми шліфування деревини.	2	
Всього:		11	
СБ-3(2-3).1.3. Виконання ремонту столярного інструменту			
12.	Технологія виконання ремонту столярного інструменту. Контроль якості робіт. Залік за модуль СБ-3(2-3).1.	4	
Усього годин на модуль:		22	

Зразок оформлення поурочно-тематичного плану з предмета «Технологія столярних робіт»			
Назва та позначення професійної компетентності	К-ть годин на компетентність	Назва модуля, № та тема уроку	К-ть годин на урок
Модуль СБ-3(2-3).1.1. Виконання заготовок з використанням ручного інструменту			
СБ-3(2-3).1.1.1. Організація праці та підготовчі роботи	7	Урок №1. Роль столярних робіт у будівельній галузі.	1
		Урок №2. Конструктивні елементи будівель; характеристика, основні вимоги до них.	1
		Урок №3. Основні вимоги до організації робочого місця. Правила безпечного ведення робіт.	1
		Урок №4. Будова столярного верстату, технічні умови на обробку деталей. Ручний столярний інструмент, що застосовується.	1
		Урок №5. Підбір деревини за основними властивостями (влагомісткість, вадками тощо) для виготовлення заготовок. Перевірна робота (тематичне тестування з професійної компетентності 1).	1
СБ-3(2-3).1.2. Виконання простих столярних робіт з використанням столярного інструменту	11	Урок №6. Призначення, види розмірального інструменту.	1
		Урок №7. Прийоми розмітки за кресленням, зразком, шаблоном.	1
СБ-3(2-3).1.3. Виконання ремонту столярного інструменту	4	Урок №8.....	
Усього годин на модуль:		Залік за модуль СБ-3(2-3).1.	
Всього:			22

Рис. 3. Зразки оформлення навчальної програми і поурочно-тематичного плану

Тип уроку	Вид уроку	Основна дидактична мета
Урок засвоєння нових знань	Лекція, бесіда, самостійна робота з літературою, розповідь, екскурсія, перегляд відеофільму, робота з електронними ресурсами.	Сприйняття та первинне усвідомлення нової навчальної інформації, запам'ятовування основних фактів, понять, закономірностей.
Урок узагальнення та систематизації нових знань та вмінь	Ділова та рольова гра, аналіз конкретних ситуацій, конкурс, практична робота	Узагальнення та систематизація набутих знань та умінь за темою, розвиток критичного та творчого мислення, активності, формування вмінь прийняття рішень у нестандартних ситуаціях.
Комбінований урок	Змішаний, використовуються елементи різних видів уроку	Сприйняття, закріплення, вдосконалення, застосування та контроль знань, умінь.

Рис. 4. Види уроків за типом та основною дидактичною метою

- плани уроків з предмета;
- зразки інформаційно-методичних матеріалів для самостійної роботи здобувачів освіти, в тому числі для дистанційного навчання;

- відеозаписи уроків професійно-теоретичної підготовки для дистанційного та змішаного навчання з даного предмета за професією та відповідною кваліфікацією.

Додаткова документація навчального кабінету:

- інвентарна відомість на наявне обладнання;
- правила охорони праці у навчальному кабінеті;
- правила користування навчальним кабінетом учнями, графік роботи кабінету;
- акт прийому навчального кабінету адміністрацією.

Комплект освітньої програми/навчально-програмної документації викладача для навчання кваліфікованих робітників за професією, з певного предмета професійно-теоретичної підготовки повинен містити:

- витяг із робочого навчального плану;
- кваліфікаційні характеристики з професії на відповідний рівень кваліфікації;
- назва та зміст загальнопрофесійних ключових чи професійних компетентностей, які повинні бути здобувачі освіти відповідно до СП(П)О;

- навчально-тематичний план і програма з предмета відповідного рівня кваліфікації;

- поурочно-тематичний план з предмета на відповідний рівень кваліфікації;

- критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти за 12-бальною шкалою з предмета;

- перелік основних обов'язкових засобів навчання з предмета для виконання ЛПР чи практичних робіт (друковані: підручники, довідники, збірники задач, картки, технологічні карти, навчально-технічна документація, робочі зошити, плакати; екранно-звукові: відеофільми, презентації, відеозаписи, відеоролики; технічні: комп'ютерна техніка, інтерактивна дошка, мультимедійний проектор, програвач; об'ємні: моделі, макети, муляжі, макетно-графічні моделі);

- список рекомендованої літератури;



Структура уроку	Методи та прийоми навчання
<p>Організаційна частина</p> <p>Повідомлення теми та цілей</p> <p>Мотивація навчальної діяльності</p> <p>Актуалізація опорних знань і вмінь, перевірка домашнього завдання</p> <p>Повідомлення нового навчального матеріалу</p> <p>Закріплення знань за кожним пунктом плану</p> <p>Виявлення ступеня розуміння матеріалу, відповіді на запитання</p> <p>Підбиття підсумків уроку, повідомлення Д/З</p>	<p>Розкриття професійної значущості теми</p> <p>Фронтальне опитування; тестове опитування; короткочасна письмова робота; взаємоопитування.</p> <p>Постановка питань; бесіда; проблемний виклад; застосування научних посібників, відеофільмів з обговоренням; робота з електронними носіями інформації.</p> <p>Робота з опорними конспектами, структурно-логічними схемами, систематизуючими таблицями, роздатковим матеріалом; робота в малих групах; самостійна робота з літературою.</p> <p>Бесіда; пояснення; обговорення складних питань, аналіз помилок.</p> <p>Оцінювання роботи групи та окремих здобувачів освіти; дебрифінг, пояснення щодо виконання Д/З.</p>

Рис. 5. Урок засвоєння нових знань

Структура уроку	Методи та прийоми навчання
<p>Організаційна частина</p> <p>Повідомлення теми та цілей та задач уроку</p> <p>Мотивація навчальної діяльності</p> <p>Актуалізація опорних знань і вмінь здобувачів освіти</p> <p>Засвоєння нового навчального матеріалу</p> <p>Початкове закріплення та повторення нового навчального матеріалу</p> <p>Формування вмінь із застосуванням знань на практиці</p> <p>Підведення підсумків уроку, оцінювання</p> <p>Повідомлення Д/З</p>	<p>Роз'яснення практичного значення навчального матеріалу для майбутньої професійної діяльності.</p> <p>Фронтальне опитування; бліц-опитування; тестовий контроль; робота з картками-завданнями; технічний диктант.</p> <p>Повідомлення матеріалу із застосуванням научності, технічних засобів навчання; викладення матеріалу з опорними конспектами; самостійне засвоєння знань шляхом роботи з посібниками, електронними носіями інформації, перегляду відеофільму.</p> <p>Бесіда, взаємоопитування, тестування, технічний диктант, формувальне оцінювання.</p> <p>Виконання практичних завдань; рішення задач; заповнення технологічних карт.</p> <p>Самооцінювання, взаємооцінювання, формувальне оцінювання</p> <p>Інструктування щодо виконання Д/З</p>

Рис. 6. Комбінований урок



Рис. 7. Естетичний вигляд кабінетів з предмета «Технологія штукатурних робіт»

• додатки (зразки планів уроків, інструкційно-технологічні карти для виконання ЛПР, алгоритми технологічної послідовності виконання робіт, опорні конспекти та інший систематизований інформаційно-методичний та дидактичний матеріал необхідний для якісного проведення уроку).

Зразки оформлення навчальної програми і поурочно-тематичного плану подано на рис. 3 на стор.13.

Основною формою організації освітнього процесу у ЗП(ПТ)О у різних формах був, є і буде урок. Урочна форма характеризується тісним взаємозв'язком усіх компонентів, комплексна мета уроку досягається за рахунок єдності й узгодження мети, завдань уроку, змісту навчального матеріалу, методів і засобів навчання, форм організації навчальної діяльності здобувачів освіти.

Сучасний урок професійно-теоретичної підготовки з предметів будівельного профілю відповідає дидактичним вимогам до сучасного уроку: чітка структура, що відповідає меті, змісту, методам навчання і раціональне використання часу протягом етапів уроку. На рис. 4 на стор. 13 зображені приклади видів уроків за типом та основною дидактичною метою. Значна кількість викладачів предмета «Технологія штукатурних робіт» використовують такі типи уроків, як урок засвоєння нових знань, комбінований і узагальнення.

При розробленні уроку необхідно врахувати запланований рівень засвоєння знань і вмінь, який буде відображений у навчальній меті через конкретні дії здобувачів освіти.

Тип уроку характеризується структурою, яка залежить від мети, а структурні елементи уроку повинні сприяти досягненню загальної дидактичної мети. Структура уроків теоретичного навчання за типом «урок засвоєння нових знань» представлена на рис. 5.

Коли обирається урок засвоєння нових знань, слід врахувати, що на уроці цього типу не можна забезпечити формування міцних знань та вмінь, ймовірний перший рівень засвоєння і створення умов для удосконалення на наступних етапах навчання, відбувається управління навчально-пізнавальною діяльністю.

Структура уроків теоретичного навчання за типом «комбінований урок» зображена на рис. 6.

На комбінованому уроці імовірно формування засвоєння знань і вмінь, які



спрямовані на розуміння навчального матеріалу й уміння його відтворити. При підготовці до комбінованого уроку викладачу необхідно точно розподілити час на кожному етапі.

Без перебільшення можна сказати, що навчальний кабінет з предметів професійно-теоретичної підготовки будівельного профілю є необхідною умовою якісного освітнього процесу, який значною мірою залежить від системи забезпечення педагогічного процесу навчальною документацією та технічними засобами навчання, різноманітними інформаційно-методичними матеріалами, навчально-методичною літературою та друкованою продукцією відомих сучасних будівельних фірм, засобами контролю знань та вмінь здобувачів освіти, використання наочних засобів навчання, інструкційно-технологічних карт, посібників, що відповідають вимогам СП(ПТ)О, якісних макетів, у тому числі діючих, які демонструють технологічний процес, враховуючи вимоги охорони праці та екологічного

захисту, педагогічні програмні засоби та методичні розробки позаурочних заходів та матеріали індивідуальної методичної роботи (розробки заходів професійного спрямування) для роботи з обдарованими здобувачами освіти та учнями, що мають прогалини у знаннях. Також важливою вимогою роботи кабінетів для створення безпечного освітнього середовища є відповідність його та обладнання вимогам пожежної та електробезпеки, а також санітарно-гігієнічним вимогам.

Зразки естетичного оформлення навчальних кабінетів професійно-теоретичної підготовки з предметів будівельного профілю представлені на рис. 7 на стор.14.

#### Список використаних джерел

1. Методичні рекомендації щодо професійного навчання кваліфікованих робітників в умовах високотехнологічного виробництва / авт. кол.: Н.В.Кулалаєва, С.О.Леу, В.Б.Байдулін, М.О.Савченко. – К.: ІПТО НАПН

України, 2015. – 164 с.

2. Організація професійної теоретичної та практичної підготовки майбутніх кваліфікованих робітників у закладах професійної (професійно-технічної) освіти. Методичні рекомендації / [В.А.Кручек, О.Б.Кошук, С.Г.Кравець]. – Житомир «Полісся», 2021. – 132 с.

3. Педагогічні технології у професійній підготовці кваліфікованих робітників: довідник / Романова Г.М., Артюшина М.В., Слатвінська О.А. – Київ: Інститут професійно-технічної освіти НАПН України, 2015. – 87 с.

4. Технологія опоряджувальних робіт (для учнів ПТНЗ будівельного профілю): навч. посіб. / Я.Ю.Білоконь, Ю.І.Кравець, М.І.Михнюк, Т.В.Пятницьук. – Київ: ІПТО НАПН України, 2015. – 167 с.

**Олена ДІДЕНКО,**  
методист НМЦ ІПТО  
у Харківській області

*На допомогу щодо профорієнтації*

## СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ: лайфхаки та поради

Зкладам професійної (професійно-технічної освіти) постійно доводиться відстоювати власну конкурентоспроможність, упроваджувати інновації в досягненні стандартів якості. Особливо гострою постала проблема підвищення конкурентоспроможності ЗП(ПТ)О із закладами передвищої та загальної освіти, що зіткнулися в останнє десятиліття у зв'язку зі зменшенням контингенту абітурієнтів і з необхідністю посилення роботи з брендингу своїх можливостей на ринку освітніх послуг.

Зважаючи на специфіку освітніх послуг, яку надає конкретний заклад освіти, брендинг у цій сфері можна визначити як сукупність методів, прийомів і способів, які дозволяють довести розроблений бренд закладу до споживача освітніх послуг, сформувавши в його свідомості імідж цієї установи і тим самим надавши дієву допомогу абітурієнту та його батькам

у сприйнятті та аналізі відмінних особливостей і переваг закладу. Об'єкти брендингу подано на схемі (рис.1).



Рис.1. Об'єкти брендингу ЗП(ПТ)О

Численні дослідження показали, що під час вибору закладу освіти для дитини батьки керуються зовнішніми оцінками (комфортність, доступність, додаткові можливості) та доступною

зовнішньою інформацією про сам заклад, ніж запитами в отриманні конкретних знань. Однак риси, характерні для продуктів комерційних організацій, притаманні й ринку освіти, тобто будь-яка новинка, яка приваблює споживачів, буде в перспективі скопійована конкурентами. Іншими словами, якщо у вас у закладі працюють тренажерний зал, секції з спортивного туризму або робототехніки, і вони є затребуваними серед споживачів цих послуг, то вони будуть відкритими в більшості інших закладів освіти. Із цього випливає, що в сучасних умовах необхідно займатися просуванням бренду власне самого освітнього закладу, а не окремих його напрямів або програм.

Хоч за останнє десятиліття інформаційні потоки, їх джерела та об'єм змінилися, наряду з традиційними способами просування освітніх послуг, як видно на рис.2 на стор.16, з'явилися

сучасні, які мають свої особливості та специфіку. Ніхто не каже, що треба відмовитися від старих способів і займатися тільки новими, наприклад, просуванням через соціальні мережі. Важливо інше – щорічно моніторити та аналізувати, звідки кожен абітурієнт отримав інформацію про ваш заклад освіти. Таким чином, можна оцінити, яка реклама спрацювала максимально результативно, а яка, як кажуть, потрапила «у молоко».



Рис. 2. Традиційні та сучасні методи просування ЗП(ПТ)О

Тому, хочу поділитися з вами важливою інформацією щодо створення контенту для соціальних мереж з метою не тільки профорієнтації, а ще й просування закладу освіти, тобто – брендингу.

Уся інформація, що ми розміщуємо у соціальних мережах, – це контент, і



Рис. 3. Види контенту

його різноманіття відображено на рис.3. Головна мета створеного будь-якого контенту – прокласти шлях до серця аудиторії. Тобто, тільки через емпатію, через емоції можна достукатися до кожного серця. При цьому, не так важливо, що за емоції викликає конкретна одиниця контенту, тому що ми всі різні: одну людину заціплять мімішні переживання, другого – співчуття, третього – бажання суперництва і конкуренції.

Увесь контент, що виставляється протягом року, візьмемо його за один цикл, як видно зі схеми на рис.4., можна умовно поділити на дві групи:

- іміджевий, той що працює на впізнаваність вашого бренду – закладу освіти – він формує знання про нього в аудиторії. Він може бути різноманітний, залежно від його мети: інформаційний, розвиваючий, розважаючий, той, що залучає – у дискусію, конкурс, гру;

- перформанс-контент, його багато менше у порівнянні з попереднім, тому що він призначений закликати аудиторію до певних дій – прийти на день відкритих дверей, відвідати майстер-клас, взяти участь в акції або челенджі, і в кінці-кінців, подати документи на навчання. Це той контент, який дозволяє оцінити якість і, відповідно,

результативність створеного усього контенту: діти прийшли, взяли участь, подали документи.... Але іноді це не спрацює. Чому так відбувається? Є декілька варіантів: або аудиторії не залишили можливість задати питання, уточнити, або своєчасно не відповіли у коментарях, або не перевірили, наскільки швидкий шлях зі сторінки Facebook до можливості перейти на сайт закладу освіти подати заяву на вступ. Підлітки нетерплячі, і якщо цей шлях складний, вони можуть спробувати в іншому місці, зі сторінки іншого закладу.

Як стверджують маркетингологи, існує так звана «воронка продаж» як на рис.5, і не важливо, що я купую – освітні послуги або крем для обличчя, покупцю необхідно пройти всі етапи цієї «воронки», тоді він залишиться задоволений і буде рекомендувати вас усім.



Рис.5. «Воронка продаж»

Тобто:

- на етапі see ми тільки інформуємо про себе і зацікавлюємо;

- на етапі think треба дати більше інформації і показати наші переваги, створити можливості для діалогу – аудиторія може задавати питання для уточнення, а ми – відповідати;

- на етапі do – «готовий до дії» – аудиторія готова робити свій вибір, це час перформанс-контенту, ми створюємо комфортні умови для клієнтів, для їх залучення – запрошуємо відвідати або стати учнем;

- на етапі care транслюємо її, персоналізуючи рекламний контент для тих, хто з нами знайомий.

За рекомендаціями фахівців дуже важливо володіти інформацією, а як же продають себе ваші конкуренти. Уявіть: ви вийшли на полювання, хтось більше вполює, хтось менше, бо засобами полювання всі володіють різними, і досвід у всіх теж різний. Це необхідно враховувати для того, щоб зрозуміти, що вам подобається в підходах конкурентів, а



Рис.4. Типи контенту

що ні, які переваги ще не використані та не продемонстровані аудиторії. При цьому зверніть увагу, те, що повторюється у кожного вашого конкурента перестає бути перевагою, насправді, але це означає, що воно реально важливо для аудиторії.

Можливість отримати Ц(ПТ)О пропонують у Харківській області 27 закладів освіти. Враховуючи, що професії у багатьох ЗП(ПТ)О дублюються, необхідно знайти свою унікальність, які потреби учнів або їх батьків ви можете, так би мовити, закрити – безпека, умови проживання, контроль за учнями, активне соціальне життя. У результаті у клієнта повинна сформуватися думка, що поряд з отриманням професії дитина, наприклад, буде нагороджена, соціально захищена, забезпечена сучасним навчальним обладнанням, щоб стати висококласним професіоналом тощо.

Для кого ж ми створюємо свій контент? Розуміння цільової аудиторії (ЦА) – найважливіша основа просування будь-якого бренду. Це реальні люди, які захочуть скористатися вашими послугами. На рис.6 представлено аватар (типаж, образ) клієнта, що складає повне уявлення про нього. Ваша ЦА може складатися не більше, ніж 4-5 таких аватарів. Якщо ви відповісте на всі запитання, з яких складається аватар, то зрозумієте, що кожна одиниця контенту буде заходити для одних, а для інших – ні. Приклади фотопортретів ЦА представлено на рис.6:

– жінка 36-46 років, працює на виробництві, спілкується у соціальних мережах, має проблемного сина, переживає, щоб він не потрапив у погану компанію.....;

– дівчина 15-18 років, має активну життєву позицію, сирота, її біль – як досягти всього самостійно.....;

– хлопець 15-18 років, цікавиться технікою, живе в області, боїться, що його не приймуть міські однолітки.....

Тому, створюючи кожен контент, необхідно уявляти, на кого він розрахований. Тому що, як показує аналітика, батьки більше інформації отримують із Facebook, а діти – із Instagram і Тік-ток. А подача інформації у даних соціальних мережах теж різниться: Instagram – фото, відеофрагменти, все коротко і лаконічно, Facebook – зміст важливіший за ілюстрацію, при цьому, цікавий контент, навіть, виправдовує великий об'єм інформації. Якщо 5-тихвилинний ролик підходить для Facebook, то для Instagram – не більше 1,5 хвилини. За



Рис.6. Цільова аудиторія

статистикою аудиторія, впершу чергу, переглядає сторіси, і тільки потім – пости, тому що їх треба читати.

До речі, іноді на сторінках Facebook можна побачити профорієнтаційні ролики про заклади освіти, у які максимально вмістили все, і навіть «зверху сілі». Підлітки із ЦА не будуть його терпляче переглядати до кінця, не забуваємо – у них кліпове мислення. Для цієї аудиторії краще зробити нарізку коротеньких відео, мета яких зацентувати увагу на конкретних перевагах й унікальності закладу освіти, і виставляти з певною періодичністю.

Наступний важливий фактор якісного контенту – це tone of voice – манера спілкування з аудиторією в постах і коментарях. Як він може звучати: консервативно, демократично, зухвало, мімімішно, фамільярно, нудно, знову залежить від вашої ЦА. Зайдіть на свої сторінки, акаунти і подивіться, у якій манері вам залишає коментарі більшість аудиторії. Це і буде ваш tone of voice.

Як ви розумієте, цікавий і якісний контент не створюється за 5 хвилин у похапках. Для цього існує, за правилами, контент-план на місяць (рис.7) і наявність постійних 4-6 рубрик. Час від часу може виставлятися контент без прив'язки до певної рубрики, наприклад, розважального або актуального на сьогодні змісту, незвичайна історія про одного із учасників освітнього процесу або реакція на ситуатив, челендж або соціальну акцію. Мета такого контенту – підбадьорити активність аудиторії на сторінках.

Людам завжди цікаво читати про людей: ваших колег, учнів. Існують, так звані, тригери зацікавленості, на які реагує наш мозок: обмеження, вторгнення, конфлікт, приховане, провал. Але не треба цим зловживати, існує ще безліч тем і сюжетів цікавих історій: Комедія, Трагедія, Перемога монстра, Історія Попелюшки, Квест, Подорож у Задзеркалля, Переродження. І якщо на ваших сторінках з'являються такі історії про реальних людей, що живуть

Пн 23/09	Вт 24/09	Ср 25/09	Чт 26/09	Пт 27/09	Сб 28/09	Вс 29/09
<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Мій партнер не спілкує з дітьми. 2. А чим користуєтесь ви?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>
Пн 30/09	Вт 01/10	Ср 02/10	Чт 03/10	Пт 04/10	Сб 05/10	Вс 06/10
<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>	<p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Сторіс: 1. Як ви ставитесь до дітей? 2. Як ви ставитесь до своїх дітей?</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p> <p>Пост: [Ілюстрація]</p>

Рис.7. Приклад контент-плану



і працюють поруч, запрошення відвідати майстер-класи чи взяти участь у челенджі, відеосюжети з маленькими корисними секретами парикмахера, манікюрниці, зварника чи кулінара-кондитера, все це допоможе збільшити вашу аудиторію, а бренд закладу стане більш впізнаним.

Увесь цей процес, все це мистецтво майстерної розповіді і зацікавленості аудиторії отримало назву сторітелінг – можливість впливати на мислення читача. Цей метод широко застосовується не тільки у бізнесі та маркетингу, а ще й у педагогії та психології.

І на останок, ще декілька лайфхаків для створення якісного перформанс-контенту (працюючий на продаж послуги):

- існує формула написання контенту, яку представлено на рис.8 – Увага, Зацікавленість, Бажання і Заклик до дії;

- 80% успіху контенту залежить від заголовка. Він повинен бути чітким, без нагромадження слів, чіпляти за живе, тобто викликати емоції, а головне – презентувати, що в результаті отримає клієнт, яку проблему ми перекриємо;

- найкраще запам'ятовуються початок і кінець тексту, тому перші 2 речення повинні бути «ударними», щоб викликати бажання читати далі;

- перехід від займенників-звертань «я», «ми» – до «ти», «ви»: ви зможете, твій вибір, ваше бажання.....

- не забуваємо про речення, де позиціонуємо свої гарантії, щоб клієнт відчував безпеку, які переваги отримає або на що витратить час не задарма;

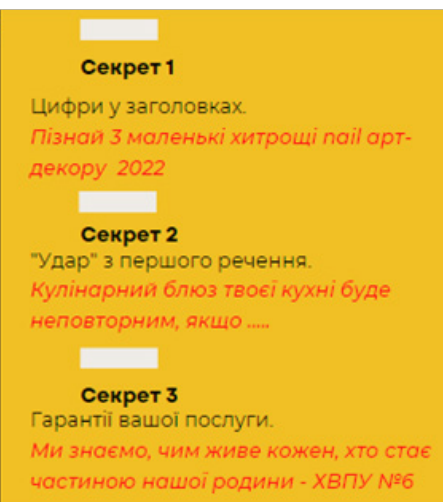
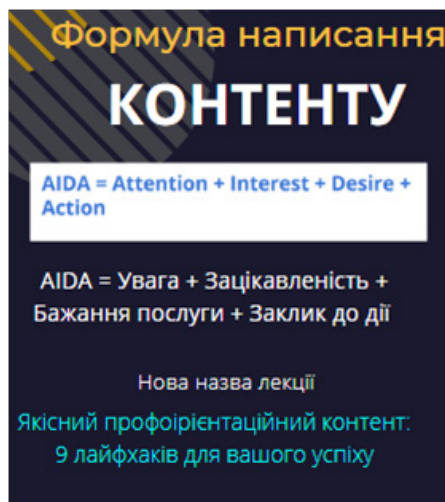


Рис.8. Тонкощі написання контенту

- і у кінці залишаємо слова-дії – дізнайтеся, зробіть, отримайте, ви зрозумієте, використайте.....

Наприклад, якщо б я хотіла сьогоднішню лекцію прорекламувати через соціальні мережі, то вже видозмінила її назву на: «Якісний профорієнтаційний контент: 9 лайфхаків для вашого успіху».

Узагальнюючи вище сказане, хочу зауважити, що пройшла тільки, як кажуть, «по верхах» зазначеної теми, торкнулася найчутливіших її точок. Просування через соціальні мережі не новий напрямок маркетингу, але він дуже швидко змінюється як мода на одяг. І для того, щоб бути у тренді, бути сучасними, треба і нам триматися на хвилі змін, тобто «ловити свою хвилю».

Усім бажаємо успіхів, розвивайтеся та удосконалюйте свої навички комуні-

кації у соціальних мережах!

#### Список використаних джерел

1. Бренд закладу вищої освіти – основа конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг / О.В.Сорока, М.С.Кривцова / [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19\\_3\\_2018ua/15.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_3_2018ua/15.pdf)

2. Performance marketing: що це таке і як працює? <https://exiterra.com/blog/marketing-blog/performance-marketing-что-это-takoe-i-kak-rabotaet/>

3. Как создать контент-план для Инстаграм? <https://wezom.com.ua/blog/kak-sostavit-kontent-plan-publikatsij-v-instagrame-i-zachem-eto-nuzhno>

Владлена ДРОБНА,  
методист НМЦ ПТО  
у Харківській області

#### Результати моніторингу

## ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ FACEBOOK ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ

В умовах воєнного стану сфера професійної освіти, як і всі інші сфери життя суспільства, зазнала сильних змін, особливо на Харківщині, але всі ми продовжуємо жити в цих складних умовах: хтось – продовжує здобувати освіту, а хтось – працювати. Частина учасників освітнього процесу внаслідок загрози життю, бойових дій та тимчасової окупації окремих територій вимушено перемістилася в межах України або за кордон. Багато педагогів та здобувачів освіти все ще залишаються на тимчасово окупованих територіях. Деякі заклади професійної освіти частково або повністю зруйновані.

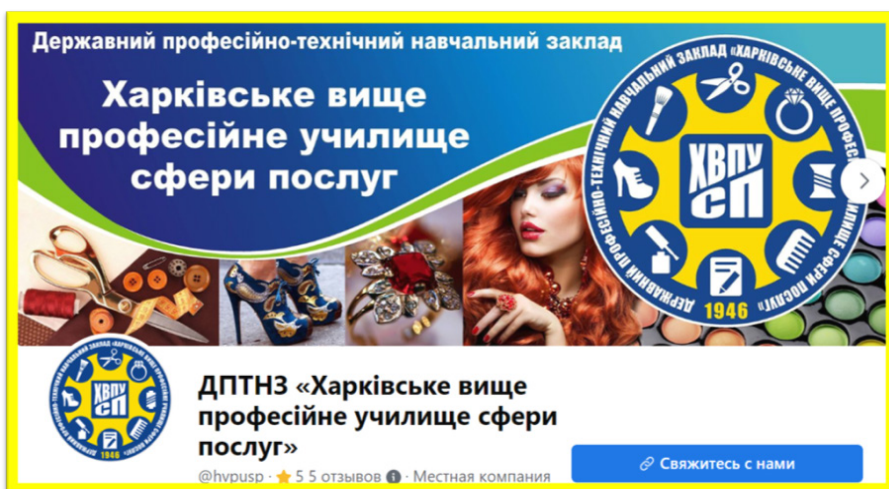
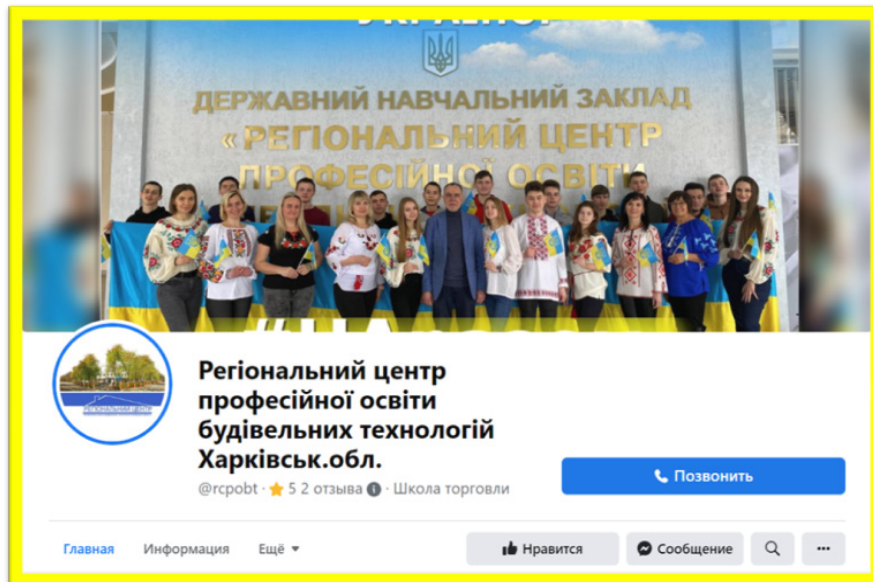
Попри всі складнощі сьогодні ми працювали і будемо працювати, бо економіку і країну треба швидко відновлювати,



інакше у нас забракне ресурсів для захисту України. Тому роль професійної освіти зараз ключова і на цьому фронті, як і на інших фронтах України, ведеться оборона, яка неодмінно приведе до нашої спільної перемоги над ворогом.

Ми продовжуємо тримати освітній фронт як ніколи, в цьому нам допомагають соціальні мережі та офіційні сайти закладів освіти, які нам необхідно використовувати для популяризації професійно-технічної освіти Харківщини і створювати позитивний імідж робітничих професій та закладів, де їх можна здобути.

Наразі в Україні найпопулярнішою соціальною мережею вважається Facebook, і з невеликим відривом – Instagram. Серед всіх областей України



Facebook є лідером, окрім Харківської області, де переважає більша активність соціальної мережі Instagram.

Instagram-аудиторія – це переважно люди віком від 19 до 27 років, а Facebook заповнили більш старших користувачів віком від 39 і старше. За гендерним розподілом Україна входить до топ 10 країн за часткою використання жінок соціальної мережі Instagram та Facebook.

Тому можна зробити висновок, що соціальні мережі Facebook та Instagram є найпопулярнішими в Україні, користувачами яких є більш старша аудиторія та більш молодша відповідно.

Отже, щоб бути в тренді та йти в ногу з часом, все більше і більше компаній, підприємств, маленьких та великих бізнесів, брендів реєструються в соціальних мережах. ЗП(ПТ)О Харківщини не є виключенням: кожен заклад намагається створити сторінки в мережах, щоб бути ближчими до теперішніх і майбутніх учнів та їх батьків, які шукають всю необхідну інформацію

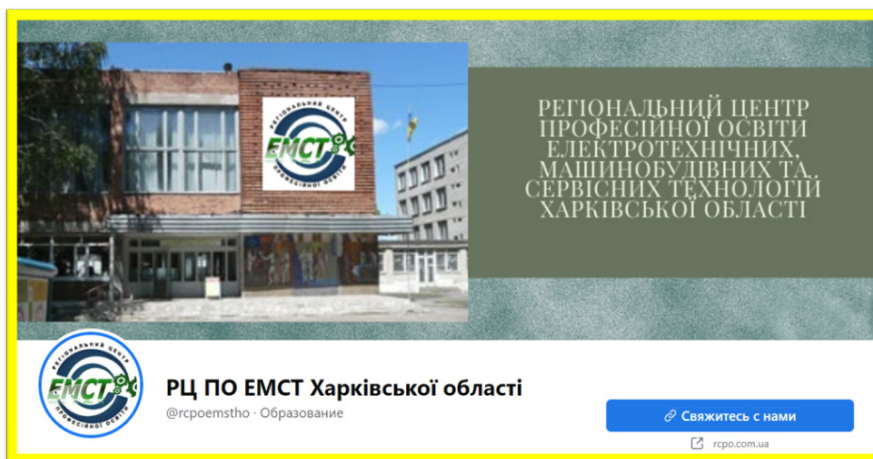
у соцмережах. У зв'язку з цим, сторінки в соцмережі Facebook функціонують та надають користувачам інформацію про заклад, професії, які можна отримати, контакти, матеріально-технічну базу, гуртожитки, заходи, які відбувались, інформацію про організований освітній процес, виховну роботу, виробничу практику тощо.

Крім того, останнім часом ЗП(ПТ)О Харківщини почали викорис-

товувати соціальні мережі не лише для майбутніх вступників та їхніх батьків, але і для отримання пропозицій щодо зарахування учнів до закладу освіти через Facebook, де вони можуть прийняти рішення щодо вступу до того чи іншого закладу, відправивши заявку через сторінку обраного закладу у соціальній мережі.

Науково-методичним центром професійно-технічної освіти у Харківській області здійснено моніторинг сторінок ЗП(ПТ)О Харківщини у соціальній мережі Facebook за такими напрямками:

- дотримання єдиного естетичного стилю — кожен з нас спочатку сприймає інформацію очима, ми дивимося і розуміємо, подобається нам чи ні;
- інформаційне наповнення (стратегічна ціль) — заклад освіти повинен мати чіткі цілі для майбутньої діяльності, які потрібно визначити ще на початку онлайн-життя. Звичайно, що головною метою для будь-якого ЗП(ПТ)О є взагалі наявність його у соціальних мережах;
- наявність контактної інформації,





електронної пошти, посилань на офіційний сайт, інші соціальні мережі та ютуб-канал;

— наявність профорієнтаційних матеріалів та електронної заяви (взагалі матеріалів для абітурієнтів).

Отже, Facebook-профілі мають 22 ЗП(ПТ)О, деякі з них мають їх декілька, а саме: сторінки, групи або профіль. На сьогодні активність сторінок підтримують 50% закладів.

Facebook-профілі таких закладів, як ДНЗ «Регіональний центр професійної освіти будівельних технологій Харківської області», Регіональний центр професійної освіти електротехнічних, машинобудівних та сервісних технологій Харківської області, ДПТНЗ «Харківське вище професійне училище сфери послуг» вирізняються своєю цілісністю; палітра кольорів сторінок приємна для перегляду, немає фото, що вибиваються з основної кольорової гами. На сторінках цікава і корисна інформація, профорієнтаційні пости, креативні фото та відео, демонструється реальне життя команди закладу освіти. Все це приваблює відвідувача, додає цікавості при перегляді, хочеться постійно слідкувати за цими сторінками та дивитися кожний новий пост. Завдяки такій роботі компетентних педагогів, які відповідають за цей напрямок, рекламуються освітні послуги закладу і це, безумовно, впливає на виконання державного замовлення (набір учнів) та подальшу діяльність закладу професійної освіти.

На жаль, Facebook-профілів ЦПТО №1, ДПТНЗ «Регіональний центр професійної освіти ресторанно-готельного, комунального господарства, торгівлі та дизайну», ДНЗ «Ізюмський регіональний центр професійної освіти», Зміївський професійний енергетичний ліцей та Петрівський професійний аграрний ліцей — ми не знайшли, можливо, вони зареєстровані під чиймись іменами, які нам важко знайти.

Проаналізувавши ефективність ведення профілів ЗП(ПТ)О в соціальній мережі, ми дійшли висновку, що в багатьох вони недостатньо розвинені, тобто для відвідувачів є незручними для користування.

Основними *недоліками* при адмініструванні сторінки є:

— назва закладу не відповідає офіційній назві, використовуються аббревіатура (скорочення) або ім'я та по батькові (прізвище) адміністратора сторінки;



## **Чи справді є «найкращий час» для розміщення публікацій у Facebook?**

Немає конкретної дати, часу чи дня тижня, які гарантували б більше, ніж оптимальну кількість вподобань, репостів та коментарів, деякі тенденції демонструють, коли дописи мають найбільші шанси на успіх. Знати, коли ваші друзі перебувають у Facebook - це початок але недостатньо, якщо ви хочете, щоб вони взаємодіяли з вашими публікаціями. Зверніть увагу на кілька моментів, які слід звернути увагу, коли робити

допис. Компанії-дослідники вважають, що найкращим часом для публікації на Facebook є:

**А) Між 12:00 та 16:00**, але це не означає, що розміщувати повідомлення вранці не варто.

**Б) Між 9:00 та 14:00**, але деякі компанії вважають активність аудиторії досягає піку після години обіду.

**В) Між 20:00 та 21:00**, але уникайте розміщувати що-небудь пізно ввечері, особливо після 22:00, якщо кліки та публікації для вас важливі.

### **Допис у будні, але особливо в четвер та п'ятницю!**

Повідомлення краще розміщувати по-буднях порівняно з вихідними. Четвер і п'ятниця — найкращі дні. Деякі кажуть, що четвер - це номер один, а інші - що п'ятниця призводить до найвищого загального залучення. Найкращі дні тижня для публікації на Facebook, від найкращих до останніх, є:

1. Четвер, п'ятниця.
2. Середа.
3. Понеділок.
4. Вівторок.
5. Субота неділя

Публікації на вихідних, як правило, - менше залучення.

### **Поради щодо «покращення» ваших публікацій:**

**Завантажуйте відео на Facebook, а не публікуйте посилання на YouTube**

Відео, завантажені безпосередньо у Facebook, отримують у десять разів більше кліків, ніж посилань на відео YouTube. Ви завжди можете включити оригінальне посилання на YouTube в опис.

### **Робіть кожен пост унікальним для Facebook**

Важливо, аби кожен ваш пост у Facebook був унікальним. Буває, що організація потрібно поширити одну і ту ж інформацію декілька разів, уникаючи повторення - видозмініть контент щоб отримати щось абсолютно нове

### **Діліться цитатами у своїх заголовках**

Обмін цитатами гарантовано збільшить залученість та змістовну взаємодію з вашим контентом. Це можуть бути відомі цитати історичних діячів або ж цитати з інтерв'ю чи статті, якими ви ділитесь. Важливо те, що цитата заінтригує та дає тему для розмови. Однією з найпотужніших комбінацій, що викликають значущі взаємодії, є публікація відео та включення ключової цитати з нього до заголовка чи опису. Таким чином, ви розпалюєте зацікавленість аудиторії цитатою, а потім привертаєте її увагу привабливим відеоконтентом.

### **Публікуйте під час періодів високої залученості**

Публікації, які залучають більше людей, означають для Facebook, що це має бути важливо, тому вони автоматично потрапляють у стрічки людей і збільшують шанси побачити більше людей. Найвище залучення відбувається між 12:00 та 16:00 у будні. Якщо ви хочете розміщувати повідомлення у вихідні дні, найкраще між 12:00 та 13:00.

### **Не ігноруйте свої статистичні дані у Facebook**

Якщо у вас є сторінка у Facebook, ваша статистика надає вам цінну інформацію, яку ви можете використовувати для отримання більшої взаємодії з майбутніми публікаціями. Використовуйте всі поради, щоб збільшити зацікавленість. Відстежуйте залучення своїх шанувальників і шукайте тенденції, щоб отримати підказки, які добре працюють.

*За матеріалами Інтернету*



### Що таке ОСОБИСТИЙ ПРОФІЛЬ у Фейсбук?

Особистий профіль у Фейсбук – це зареєстрований профіль, який належить користувачеві соцмережі. Ви можете заповнювати інформацію про себе, додавати фото профілю (або аватарку) і обкладинку, завантажувати фотографії і відео, писати статуси, ділитися посиланнями тощо. У вас є стрічка новин, яка характерна для особистих профілів, а також купа різних функцій і опцій.

Найбільша відмінна риса особистого профілю – можливість заводити друзів і спілкуватися за ними, стежити за активністю сторінок і груп, на які підписана людина.

За правилами Фейсбук:

1. В особистому профілі повинно бути ваше справжнє ім'я, яке, в разі підозр, що ви це не ви або видаєте себе за когось іншого, Фейсбук може запросити паспорт або посвідчення особи. Якщо не зможете довести, що це ваше справжнє ім'я за паспортом, то Фейсбук, заблокує ваш профіль раз і назавжди.

2. Особистий профіль не може бути використаний у комерційних цілях або в цілях просування. Простіше кажучи, профіль повинен належати справжній людині, а не компанії, організації або якомусь проєкту. Саме для цього в Фейсбук існують сторінки і групи. Якщо Фейсбук зауважує такий профіль, то може його відразу заблокувати, або вас просто попросять переконвертувати профіль у сторінку, зберігши всіх «друзів», які стануть підписниками вашої новенької сторінки.

— відсутній логотип в шапці профілю;

— немає контактної інформації (місце розташування, телефони, години роботи), посилань на офіційний сайт закладу освіти, де розміщується вся необхідна інформація для абітурієнтів, та на інші соціальні мережі або ютуб-канал;

— інформаційне наповнення сторінок не відповідає освітнім цілям, а саме: здійснюється перепост інформації, яка цікава адміністратору або інформація про бойові дії;

— деякі сторінки закладів взагалі неактивні з моменту введення воєнного стану;

— дуже рідко розміщується інформаційний контент;

— профорієнтаційна інформація та електронна заява знаходяться далеко в інформаційній стрічці.

Для усунення вищезазначених недоліків та з метою ефективної профорієнтаційної діяльності потрібно, по-перше, обрати одну людину, яка буде займатися соціальними мережами закладу. По-друге, необхідні дооформити візуальний контент та наситити сторінку інформацією з профорієнтаційним спрямуванням. По-третє, щоб набрати більшу кількість дописувачів, потрібно закликати відвідувачів підписуватися на сторінку, відмічати сторінку ЗП(ПТ) О у своїх власних профілях та бути активними, що можливо завдяки насиченню профілю цікавою і потрібною інформацією, щоб учнім і їхнім батькам хотілося слідкувати за новими публікаціями та життям закладу в онлайн.

Одним із основних факторів, на

який потрібно звернути особливу увагу – візуальне оформлення сторінки, де «шапка» профілю – це візитка сторінки. Якщо сторінка правильно оформлена, то людина, яка зайде на неї, отримає певні емоції. Назва закладу повинна відповідати офіційній, бажано без скорочень, для більш легкого пошуку в соцмережі або для використання в інформаційних стрічках інших користувачів. Також необхідно додавати цікавий опис про заклад, адресу, телефони, посилання на інші соцмережі та офіційний сайт закладу, де розміщена повна інформація і все необхідне для цільової аудиторії.

Для популяризації професійно-технічної освіти, для створення бажаного

іміджу та репутації, для зацікавлення відвідувачів сторінки необхідно регулярно створювати позитивний контент про заклад освіти.

Людський мозок обробляє зображення швидше, ніж слова, тому візуалізація дуже цінний актив – вона виділяє пости в стрічці. Просто уявіть дуже довгу стрічку, яку прокручує цільова аудиторія. Від візуального контенту залежить, прочитають пост чи ні.

Тому придумайте фірмовий стиль, орієнтуючись на портрети цільової аудиторії, додайте логотип, фірмові кольори і шрифти. Оформіть Facebook-сторінку в фірмовому стилі і зробіть її впізнаваною. Це частина брендингу, того, як сприймається ваш заклад і чим він відрізняється від інших. Довгий пост гарно передає інфографіка (факти, дати, цифри, поняття) в простій і цікавій формі. А якщо тема близька цільовій аудиторії, то її швидко поширять репостом. Звіти про заходи і зустрічі, цікаві не тільки для тих, хто в них брав участь, вони показують, що «пустили» всі інші. Для звітів комбінуйте розповідь, текст, відео та інші формати. Від того, яким чином буде представлена інформація сторінки, буде залежати ефективність її роботи, відвідуваність і, як наслідок, профорієнтація і конкурентоспроможність.

Також ефективним засобом створити візуальну історію з вашої інформації є фотографії, які легше сприймаються і швидше запам'ятовуються, ніж текст, тому текстова частина має бути легкою для розуміння та простотою сприйняття. Крім того, інформація, що публікується

### Що таке СТОРІНКА в Фейсбук?

Сторінка Фейсбук – це особистий профіль організації, компанії, бренду, проєкту або публічної людини. Зовні особистий профіль і сторінка схожі: в обох є фото профілю, обкладинка і всякі кнопочки-функції. Сторінка Фейсбук створена для маркетингу, а заповнена інформація направлена на те, щоб просувати організацію або заклад. У сторінок багато можливостей для брендування і характерні тільки для них блоки, наприклад, контактна інформація про організацію, кнопка заклик до дії, відгуки, вкладки, які дозволяють зробити з сторінки, так званий міні-сайт. Сторінка не має друзів, але є підписники, тобто ті люди, які натискають на кнопку «Подобається», і їх кількість може бути обмеженою. Коли людина підписується на сторінку, то вона отримує її новини в своїй стрічці новин.

Сторінки завжди публічні, тобто немає можливості приховати сторінку від публіки. Будь-яка людина може знайти сторінку через внутрішній пошук Фейсбук або через пошуковик і підписатися, подобається власнику це чи ні. Підписники сторінки не можуть побачити, хто ще підписаний на цю сторінку за винятком їх друзів, які зробили цю інформацію публічною. У сторінок є докладна статистика.

Якщо користувач коментує пост на сторінці, то йому приходять повідомлення, тільки якщо хтось відповідає йому особисто.

## Що таке ГРУПА в Фейсбук?

Групи і сторінки в Фейсбук дуже відрізняються одна від одної. Це два абсолютно різні за функціоналом канали комунікації з користувачами. І різниця не тільки в технічному функціоналі, а й в плані аудиторії. Є користувачі, які люблять більше спілкуватися в групах, а деякі вважають за краще отримувати новини від сторінок.

Не можна однозначно сказати, що, наприклад, група краще працює для просування, ніж сторінка, тому що все залежить від цільової аудиторії і тих цілей, яких хоче досягти власник. Якщо коротко, то користувачі позитивніше ставляться до отримання новин від організації саме від сторінок, а групи більше потрібні для спілкування за інтересами. Найчастіше групи працюють ефективніше для створення аудиторії на певну тематику або спілкування з уже існуючими користувачами, ніж для залучення нових.

Групи бувають трьох типів: публічні, закриті (пости видно тільки учасникам спільноти, яких потрібно додавати вручну) або секретні (такі групи не помітні в пошуку, а підписники додаються адміністратором). При певних налаштуваннях, публікувати в групі може будь-який учасник. У прихованих або закритих групах публікації видно тільки членам групи. Після досягнення групою певного розміру деякі функції обмежуються.

У груп дуже мало можливостей для брендування, ніж у сторінок. Якщо ви учасник групи, то вам будуть надходити повідомлення про нові публікації. З одного боку, зручно - не пропустите публікації, з іншого - якщо постів багато - повідомлення можуть реально набриднути. З цієї причини багато учасників відключають оновлення і перестають бачити якісь публікації в групі. Для того, щоб переглянути новини, потрібно спеціально заходити в групу, що не дуже зручно.

Не можна брати участь у дискусіях груп від імені публічної сторінки - тільки від імені особистого профілю.

Функціонал групи досить лімітований - до них не підключаються додатки (вкладки), а блок інформації про групі не дуже зручний.

Підписники групи бачать, хто керує групою, а також її підписників.

Якщо користувач коментує пост у групі, то йому приходять повідомлення кожного разу, коли хтось коментує це ж повідомлення.

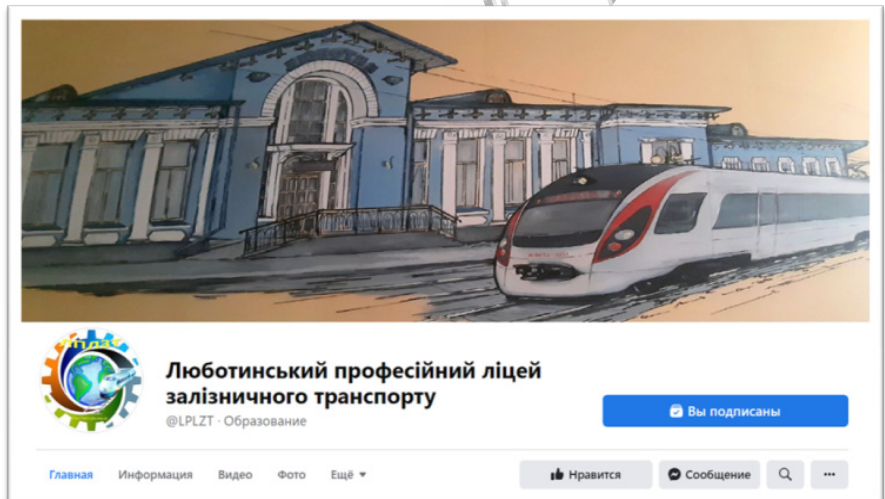
За матеріалами Інтернету

на сторінках соцмереж, має бути корисна та сприяти залученню нових учнів. За можливості використовуйте відео. Додавайте новини, відео, фото про ваш заклад з інших джерел, наприклад, з новин телебачення.

Не ігноруйте запитання чи коментарі, які вам будуть надходити, відповідайте на них розгорнуто та уважно. Іноді постає проблема негативного реагування на діяльність закладу. Завдання адміністратора якомога швидше відреагувати та надати зворотній зв'язок, що продемонструє вашу стурбованість проблемою та зацікавленість у покращенні роботи. На негативні коментарі завжди слід відповідати чемно, з повагою, спокійно та вичерпно.

Таким чином, підсумуємо: успіх у веденні сторінки залежить від багатьох факторів, але один з основних — це візуальне та грамотне оформлення. Заходячи на сторінку вперше, відвідувачі спочатку дивляться на фотоконтент, подобається він їм чи ні, а вже після цього, якщо їх зачепило щось, зацікавило — переходять до тексту. Якщо інформація цікаво представлена і оформлена, тільки тоді вона привертає увагу і відвідувачі підписуються на цю сторінку. Начебто і не дуже складно все, але не всім сторінкам вдається утримати аудиторію та стати цікавими для багатьох користувачів.

Отже, індивідуальність — це важливий аспект будь-якого Facebook-профілю ЗП(ПТ)О. Це те, що допоможе



вам бути «справжніми», неповторними і будувати взаємини з вашими відвідувачами, що дуже важливо, коли здобувачі освіти вибирають заклад освіти, де їм навчатися. Індивідуальність також допоможе вам розповісти про заклад освіти, професії, які можна отримати у вас і чому саме у вас. У всіх закладів є дійсно цікавий контент і матеріали, якими користувачі зажають поділитися в соціальних мережах, але необхідно його цікаво, естетично оформити і подати.

Тому, будь ласка, створюйте та доопрацюйте свої сторінки, і все буде Україна!

### Список використаних джерел

1. Social Media Marketing як елемент стратегії продажів послуг (на прикладі кафедри управління

СумДУ) / Ю.Р.Бабченко // <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/79882/1/Babchenko.pdf>

2. Розробка та просування бренду "Олександра Гончарук" у соціальних мережах / О.О.Гончарук // <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/51580>

3. <https://tebapit.com/%D1%8F%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%B8%D0%B9-%D1%87%D0%B0%D1%81-%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D0%B8-%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%BC%D1%96%D1%89%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B8-%D0%BD/>

Олена ЯКОВЕНКО,  
методист НМЦ ПТО  
у Харківській області



# ВДАЛА ПРОФОРІЄНТАЦІЙНА РОБОТА ЯК ФАКТОР УСПІХУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ (Особливості профорієнтаційної роботи під час воєнного стану)

Цьогоріч Україна зіткнулася з новою страшною реальністю, збройною агресією Російської Федерації, та знаходиться з 24 лютого 2022 року у воєнному стані. Але життя продовжується, і очевидно, що запорукою подальшого існування закладу освіти є набір учнів.

Воєнний стан співпав саме з періодом, коли педагогічні колективи вступають в активну фазу проведення профорієнтаційної роботи з метою виконання регіонального замовлення, подальшого існування та розвитку. Це стало викликом для педагогів ДПТНЗ «Харківське вище професійне училище сфери послуг», але є розуміння того, що для успішної діяльності в сучасних умовах училищу необхідно будувати ефективну комунікаційну стратегію та орієнтувати її на випускників шкіл.

Непросто вести профорієнтаційну роботу у складних умовах: військові дії, дистанційна форма навчання, відсутність у дітей чітких орієнтирів на майбутнє, фізична відсутність випускників шкіл та педагогів у місті, неможливість проведення очного спілкування, традиційних профорієнтаційних заходів. Ще труднощів додає складна демографічна ситуація та конкуренція ЗП(ПТ)О. Розгортається конкурентна боротьба між закладами освіти, які пропонують аналогічні послуги споживачам.



Але педагоги училища з повним розумінням особливої важливості профорієнтації молоді, знаходять можливість популяризації робітничих професій та у різний спосіб інформують майбутніх абітурієнтів щодо переваг навчання у ДПТНЗ «Харківське вище професійне училище сфери послуг».

Саме зараз час говорити про нові особливі підходи до форм проведення профорієнтаційної роботи, готовності реагувати на нові виклики часу, змінюватись, виходячи із сучасних умов

та потреб ЗП(ПТ)О. Робота з профорієнтації молоді в училищі на сьогодні переформовується та спрямовується на особистість, професійне самовизначення випускника і носить системний, а не циклічний характер. Відповідна робота охоплює всіх учасників освітнього процесу: педагогів, учнів, батьків.

Кожного року в училищі проводиться моніторинг щодо якості організації профорієнтаційної роботи, з'ясування, чим приваблює училище вступника та що стало джерелом інформації про нього.

Показники свідчать: значна частина контингенту училища залучена саме завдяки присутності його в соцмережах та наявності офіційного сайта. Враховуючи результати моніторингу та повсюдне використання Інтернету, як основного інформаційного ресурсу, який дає зворотній зв'язок, училище переносить акцент професійного орієнтування молоді на дистанційні онлайн-сервіси. Це допомагає оперативно реагувати на потреби сьогодення та розширює коло учасників.

Беручи до уваги те, що потенційні абітурієнти значний обсяг часу проводять у соцмережах, стає очевидним: це найефективніший профорієнтаційний інструмент. Тому профорієнтаційні заходи проводяться з використанням







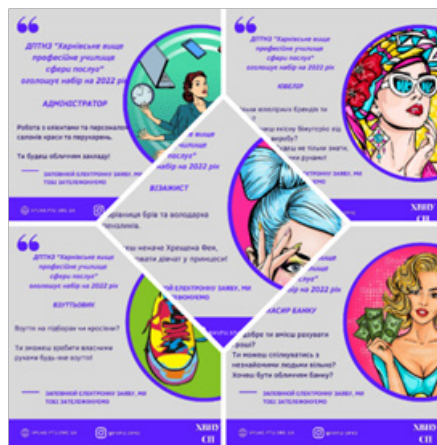
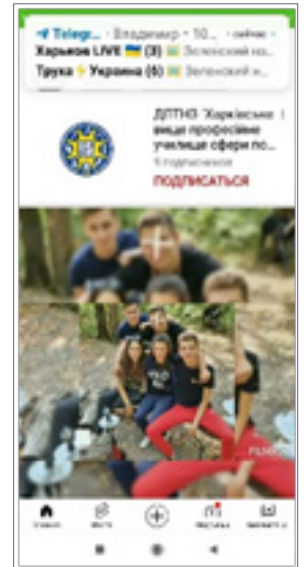
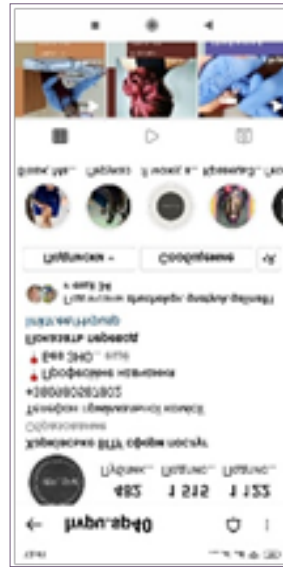
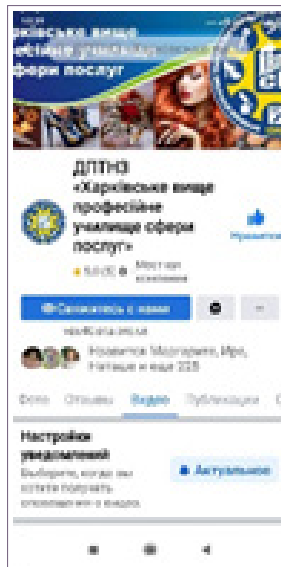
таких соцмереж: Facebook, Instagram, Телеграмм, Ютуб, офіційний сайт закладу освіти та сайт Центру професійної кар'єри ДПТНЗ «Харківське вище професійне училище сфери послуг».

Але постало питання: Як грамотно працювати з онлайн-сервісами? Методична комісія класних керівників, майстрів виробничого навчання та вихователів неодноразово обговорювала проблему результативного використання соцмереж для проведення рекламних кампаній освітніх послуг. Окремі педагоги пройшли спеціальні курси щодо ведення сторінок у соцмережах з метою залучення потенційних користувачів, утримання їх стійкого інтересу та зацікавленості. Педагоги отримали зна-

ння щодо правил створення відео, картинок рекламного характеру для отримання очікуваного результату та стали відповідальними за ведення сторінок у соцмережах.

До створення рекламного матеріалу підключаються учасники методичних комісій за професійним спрямуванням. Поряд

виробничого навчання створили багато відеомайстер-класів, які знаходяться на Ютуб каналі та сайті Центру професійної кар'єри. Головне, що рекламні продукти не тільки дають інформацію про конкретну професію, а ще й роз-



із загальною рекламою освітніх послуг училища з'явилися рекламні відео та інші матеріали з окремих професій. Намагаємось дуже оперативно реагувати на цікаві події, які проходять у закладі: професійні конкурси, фестивалі тощо. Створене відео на наступний день попадає на сторінки у соцмережі, де потенційний абітурієнт може побачити професійні успіхи ще на етапі навчання професії.

До створення рекламного матеріалу також залучаються учні. Цього року кожна група створила відеорекламу «Я і моя майбутня професія». Майстри

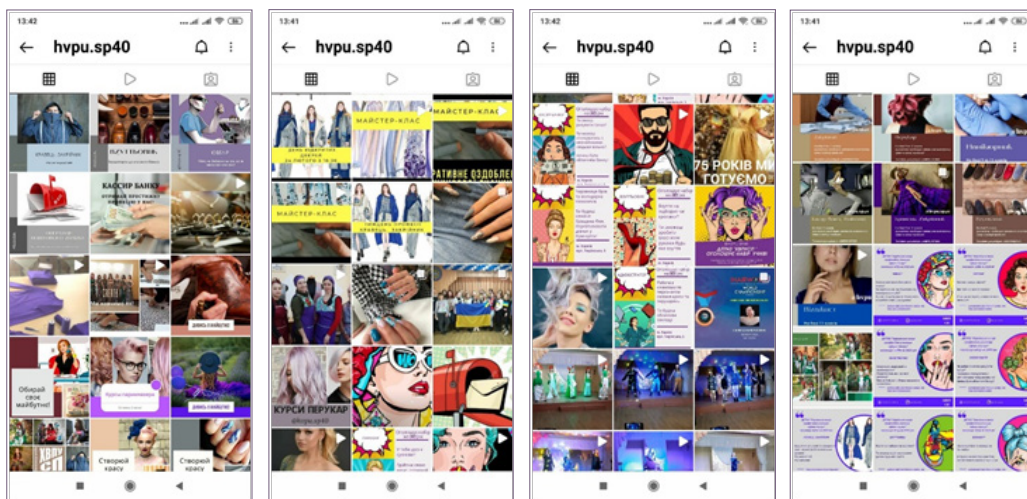
кривають можливості професійного зростання та успіху.

Сторінки у соціальних мережах мають зворотній зв'язок. Усі користувачі мають змогу задавати питання, отримувати відповіді та додаткову інформацію. Намагаємось при спілкуванні створювати довірливі стосунки завдяки щирості, привітності та турботі. Абітурієнтів супроводжують від заповнення електронної заявки на вступ до закладу освіти до зарахування до складу учнів училища.

Варто відмітити також активну присутність у соцмережах педагогів







училища. На особистих сторінках вони у цікавій формі подають інформацію про училище, професії в цілому, цікаві події, кращі досягнення учнів, випускників тощо. Таким чином, майбутні учні знайомляться, спілкуються з педагогами ще до вступу в заклад освіти. Це полегшує адаптацію молодої людини до закладу освіти та сприяє формуванню лояльності до цього закладу.

Велику допомогу у популяризації робітничих професій та профорієнтації надають учні училища та їх батьки. У своїх сторісах Інстаграм, Фейсбук вони викладають яскраві події учнівського життя, діляться професійними досягненнями, перемогами. Учні беруть участь у постійно діючій акції: «Приведи друга на навчання». І так у геометричній прогресії інформація про заклад розповсюджується мережами.

Для виконання плану набору активно використовуємо офіційний сайт училища та сайт Центру кар'єрного розвитку ДПТНЗ «Харківське вище професійне училище сфери послуг». Ці

дві платформи є справжнім помічником абітурієнту у визначенні із майбутньою професією. Кожен відвідувач сайтів може отримати всю необхідну інформацію щодо правил вибору професії, особливостей професій, можливостей закладу освіти, професійного росту тощо. Ознайомитись з досягненнями учнів училища, педагогів. Ці онлайн-сервіси є складовими системи професійної орієнтації молоді та на відмінно виконують свою роботу.

Поряд з активним використанням у профорієнтаційній роботі дистанційних онлайн-сервісів системою профорієнтаційної роботи ДПТНЗ «Харківське вище професійне училище сфери послуг» передбачено проведення традиційних заходів, таких як:

— робота консультативного пункту для абітурієнтів: проведення психоло-



гічних тестів, бесід з профконсультантом, екскурсій, відвідування майстер-класів;  
 — виїзди педагогічних працівників до шкіл міста та області з профорієнтацією;  
 — виїзди учнів за місцем свого проживання з профорієнтацією;  
 — проведення днів професій, днів відкритих дверей, зустрічей з успішними випускниками училища;  
 — виїзні профорієнтаційні тренінги соціально-психологічної служби училища;

— участь у профорієнтаційних заходах, які проводяться Департаментом науки і освіти Харківської обласної військової адміністрації, районним управлінням освіти та Харківським міським центром зайнятості щодо підняття престижності закладу освіти.

Намагаємось кожного року на 100% виконувати план набору учнів. Це стає можливим завдяки узгодженості дій приймальної комісії, адміністрації, адміністраторів соцмереж, сайтів, педагогічного колективу закладу освіти, соціальних партнерів, учнів та їх батьків.

На сьогодні профорієнтаційна робота у соціальних мережах дає неабиякий результат. Саме вони дозволяють краще розуміти інтереси абітурієнтів, їх потреби, мотиви та донести інформацію про заклад та професії. Аналіз інформації із соцмереж дає змогу більше ознайомитись з особистістю абітурієнта та побудувати соціально-психологічний портрет потенційного здобувача освіти, знайти шляхи налагодження продуктивної комунікації.

Продумане професійне використання соцмереж допомагає сформувати імідж закладу освіти, приваблює не тільки нашу цільову аудиторію – випускників шкіл, а й випускників минулих років, соціальних партнерів тощо. Стратегічні переваги комунікацій у соціальних мережах допомагають училищу бути готовим до викликів сьогодення, бути на зв'язку з потенційними абітурієнтами й здійснювати профорієнтаційну роботу навіть у такі кризові для країни часи.

**Олена ЩЕРБАКОВА,**  
 заступник директора  
 з навчально-виховної роботи  
 ДПТНЗ «Харківське вище  
 професійне училище сфери послуг»

# ПУБЛІЧНИЙ ВИСТУП У ПЕДАГОГІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Проблема оволодіння вільним культурним словом для будь-якого члена суспільства є актуальною. Особливо важливо це для педагогів, чиє мовлення є не тільки головним знаряддям професійної діяльності, але і зразком, що свідомо або підсвідомо засвоюється здобувачами освіти та транслюється ними у власному мовному середовищі.

Освіта належить до соціально-конструктивних комунікативних процесів, у центрі яких завжди знаходиться педагог. Риторика допомагає не тільки надати інформацію з певного предмета, але й сформулювати пізнавальний інтерес, а значить – розвинути творчу мотивацію до навчання.

Педагогічна риторика є найважливіша сфера професійної педагогічної діяльності: педагогічне спілкування, культура, етика та техніка мовлення, принципи ораторської майстерності, особливості публічного виступу, специфіка академічного та наукового мовлення.

Предметом вивчення риторики є публічне монологічне мовлення, тобто створення публічних виступів різних типів, починаючи від задуму до його словесного втілення та ефективного проголошення.

Публічний виступ – це особливий

жанровий різновид мовленнєвої діяльності, своєрідний за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також якісними ознаками. У ньому найповніше реалізується система мовленнєво-мовленнєвих дій – уміле використання форм людського мислення (логічно-образного) та мовних засобів вираження

Головна мета публічного виступу – вплинути на аудиторію. Щоб досягти такої мети, публічна промова має відповідати певним критеріям (рис. 1).

Будь-яка публічна промова є взаємодією трьох основних елементів: **автора, аудиторії, промови.**

**Передумовами успіху промовця є:**

- відповідність виступу загальним вимогам до публічної промови, законам логіки, психології, педагогіки, стилістики;
- манера вільно триматися на трибуні, вміння володіти голосом, жестами, мімікою;
- здатність до керування аудиторією, вміння відповідати на запитання, вести дискусію, полеміку.

**Для реалізації мети публічного виступу (вплив на аудиторію), промовцю необхідно враховувати:**

- чисельний склад аудиторії;
- ступінь її однорідності за осві-

тою, професійною приналежністю, статтю тощо;

- місце проведення зустрічі;
- час зустрічі;
- попередню поінформованість аудиторії про тему виступу;
- зацікавленість, умотивованість;
- ступінь організованості тощо.

**Для досягнення мети виступу необхідно оволодіти навичками:**

- ефективної взаємодії з аудиторією;
- сприйняття зворотного зв'язку.

Необхідно не просто враховувати особливості аудиторії, а «зчитувати» її реакції. Для цього корисно освоїти такі техніки.

**Калібровка.** Для того, щоб правильно розуміти та відчувати співрозмовника, треба уважно дивитися та слухати. Також украй важливим є розуміння необхідності постійно вдосконалювати увагу та гостроту сенсорних відчуттів.

**Прибудова.** Синхронізація у процесі спілкування вербальних і невербальних ознак для створення ситуації довіри

Структура публічного виступу складається з трьох елементів: **вступ, основна частина, висновок.**

Завдання вступу – привернути увагу слухачів, збудити їхній інтерес, завоювати довіру, встановити контакт, підготувати слухачів до сприйняття основної частини виступу.

Способи викладу, використовувані в основній частині виступу, розмежовуються за наявністю і характером смислового зв'язку окремих конструктивних питань – підтем. Вирізняють такі основні підходи до організації матеріалу в публічному виступі:

- паралельний;
- хронологічний;
- логічний.

Завдання висновку – нагадати головне, підвести підсумок сказаному, посилити враження від промови, закликати до дії.

До виступу треба ретельно готуватися, доцільно репетирувати.

**Техніка виступу** включає: роботу з голосовим апаратом, над поставою, жестами та мімікою.

**Робота з голосовим апаратом**



Рис. 1.



**включає в себе такі елементи:**

1. *Постановка дихання.* Правильне дихання починається з правильної постави (пружні ноги, робота діафрагми, прямі плечі, розслаблена шия, голова повинна знаходитись у прямому положенні). У публічному виступі використовується діафрагмально-реберне дихання. Схема дихання така: безшумний, короткий, повний та глибокий вдих через ніс – пауза – видих у процесі говоріння. Необхідно пам'ятати, що від глибини вдиху залежить сила видиху, отже, сила звучання голосу. Не допускаєти, щоб повітря в легенях витрачалось повністю, це призведе до аритмії, фальцетів тощо. Витрачати повітря слід економно й рівномірно. Доцільно скористатися кожною природною зупинкою в мовленні для поповнення запасу повітря в легені (здійснюється так званім нижнім диханням: рухається діафрагма, а верхня частина грудної клітки і ребра підняті й нерухомі). Поповнювати запас треба своєчасно і непомітно.

2. *Композиційне дроблення.* Текст промови необхідно поділити на логічні частини, розставити паузи, підвищення та зниження інтонації, логічні наголоси.

3. *Паузація.* Робота з промовою включає в себе розподіл тексту на мовленнєві такти, тобто розставляння пауз. Пауза – вияв майстерності. Мовлення – це чергування звучання та мовчання. Сприйняття думки відбувається під час паузи.

4. *Інтонація,* яка складається з багатьох компонентів, серед яких: логічний наголос; пауза; темп; основний тон мовлення; мелодика (підвищення і пониження голосу); ритм. У роботі з інтонацією можливий прояв недостатності або надмірності: недостатність полягає в інтонаційній одноманітності; надмірність же полягає в тому, що мелодійні ходи бувають перебільшеними, переростають у верескливість, нарочиту мелодійну манірність.

5. *Логічний наголос* – це наслідок правильного смислового акцентування. Як центр акцентуації, силового наголосування у синтагмі, логічний наголос показує, наскільки оратор грамотно доносить до слухача зміст своєї промови.

6. *Тембр* – особливе забарвлення голосу – неповторна ознака кожної людини. Формування індивідуальних тембральних характеристик відбувається з віком. Тембр голосу може бути оксамитовий, сумний, жорсткий, дзвінкий, крикливий, мідний, по-

хмурий, ніжний, повний, світлий, срібний, важкий, холодний, іронічний тощо. Хоча основний тембральний тон залишається незмінним, голос може розвиватися і відбувається це не стільки завдяки тренуванням, скільки внаслідок накопичення життєвого досвіду, переживань, внутрішньої активної роботи (внутрішніх діалогів, внутрішнього мовлення).

7. *Дикція,* яка передбачає чіткість, ясність виголошування слів і фраз.

8. *Артикуляція* – утворення звуків за допомогою мовленнєвого апарату.

9. *Гучність, дзвінкість.* Досвідчений оратор не форсує голос, а швидше закликає до уважного слухання промови, щоб аудиторія нагостила слух. Правильний тип дихання, здобування звуку з активною діафрагмою («на опорі», за термінологією співаків) забезпечать достатній рівень гучності. Польотність голосу визначається як можливість досягнення звуками будь-якої точки аудиторного простору. Для цього оратор ніби спрямовує свій голос «понад головами» слухачів, «в останній ряд». Психологічною основою повноти звучання є впевненість у собі і внутрішня піднесеність, що є невід'ємною умовою досконалого мовлення.

*Робота над поставою.* Оратору зручно стояти, легко переміщатися, і він може вільно жестикулювати. Поза має виглядати природною для аудиторії. Тобто глядачі взагалі не помічають, як саме оратор стоїть і що роблять його руки.

*Позиція рук оратора під час публічного виступу:*

Перша позиція – руки знаходяться вздовж тулуба. Це зручно, виглядає цілком природно, до того ж дає змогу оратору легко жестикулювати з даного положення.

Друга позиція – зігнуті в ліктях руки знаходяться паралельно площині підлоги, кінчики пальців лівої і правої руки злегка торкаються один одного.

Третя позиція повторює другу, з тією лише різницею, що тепер кінчики пальців переплетені. При цьому пальці прямі і «дивляться» вперед.

Четверта позиція, як і попередня, тільки пальці в цьому випадку перехрещуються в «замку». Пальці можна зігнути або ж залишити прямими, при цьому долоні розгортаються до живота, залишаючись перпендикулярними до підлоги. Має вийти наступне – кисті перед собою в «замку», руки під прямим кутом зігнуті в ліктях. Головна умова

в цій позиції – під час хвилювання не стискати сильно руки, потім буває важко їх розімкнути для жестикуляції.

Усі чотири види позицій чергують час від часу.

Надзвичайно важливим є зоровий контакт. Погляд виказує емоційний стан оратора та його ставлення до аудиторії.

Для психологічного настрою оратору рекомендується бути уважним до аудиторії, прагнути до контакту очима, маєтись на увазі послідовний перехід погляду з одного слухача на іншого з необхідною його зупинкою на різних слухачах.

### **Поради щодо привернення та утримання уваги слухачів**

*Постійно підтримувати зоровий контакт з усіма слухачами в залі.*

*Час від часу ставити учасникам риторичні запитання, що не вимагають відповіді.*

*Просити допомоги, звертатися за порадою до слухачів.*

*Робити паузи у промові.*

*Змінювати темп мовлення і гучність звуку.*

*Переміщуватися аудиторією, жестикулювати.*

*Час від часу пропонувати аудиторії виконати яку-небудь дію (подивіться навколо, за вікно, підніміть руки тощо).*

*При тривалому виступі не рідше одного разу на 20 хвилин змінювати характер діяльності аудиторії: говоріть, відповідайте на запитання, демонструйте слайди, передавайте аудиторією роздатковий матеріал.*

*Час від часу звертатися особисто до кого-небудь зі слухачів у залі.*

*Своєчасно робіть перерви.*

Загальна практика оволодіння і володіння професійною мовною майстерністю є невід'ємним елементом викладання будь-якого предмета.

### **Список використаних джерел**

1. Олійник О.Б. Основи ораторської майстерності: [навч. посіб. для студ. ВНЗ] / О.Б.Олійник / М-во освіти і науки України. – К.: Кондор, 2010.

2. Пасинок В.Г. Основи культури мовлення: навчальний посібник / В.Г.Пасинок. – Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2011.

**Валентина ЦЕЛУЙКО,**  
методист НМЦ ПТО  
у Харківській області

# МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА «КУТ МІЖ ВЕКТОРАМИ. СКАЛЯРНИЙ ДОБУТОК ВЕКТОРІВ»

(З досвіду роботи Наталії ЯЦИНІНОЇ, викладача математики  
ДЗП(ПТ)О «Харківське вище професійне училище швейного  
виробництва і побуту»)

**Цільова аудиторія:** здобувачі освіти 2 року навчання (програма 10 класу).

Устаткування:

- комп'ютери;
- проектор;
- доступ до мережі інтернет;
- програмне забезпечення: текстовий процесор Microsoft Word; безкоштовний онлайн-сервіс для створення інтерактивних вправ LearningApps

**Матеріали:**

- аркуш очікування «Челендж продуктивності» (для кожного учня);
- картки для поділу на команди;
- картки із завданнями;
- ватман, кольорові маркери;
- аркуш для самооцінки «Трекер досягнення мети» (для кожного учня).

**Форма проведення уроку:** урок із використанням STEM-технологій

**Методи і прийоми навчання:** групова, самостійна робота, робота з підручником, з довідковою літературою та інтернетом, спільне прийняття рішень.

Система оцінювання навчальних досягнень учнів здійснюється відповідно до Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від постановою Кабінету Міністрів України від 30.09.2020 № 898 – у вигляді 12-бальної шкали за чотирма рівнями згідно з критеріями із врахуванням компетентнісного підходу. Передбачено зіставлення навчальних досягнень здобувачів з конкретними очікуваними результатами навчання, визначеними освітньою програмою.

Запропонований урок допоможе учням краще засвоїти тему, а викладачам упровадити в освітній процес інноваційні технології; організувати ефективну роботу з обдарованими учнями.

**Мета уроку:**

- Продемонструвати здобувачам освіти необхідність знань з математики.
- Сприяти розвитку мотивації у здобувачів освіти до вивчення математики.
- Сформувати поняття кута між векторами, скалярного добутку векторів, ознайомити учнів із властивостями скалярного добутку векторів.
- Сформувати вміння учнів застосовувати вивчений матеріал до розв'язування задач.
- Розвивати мислення, уяву; виховувати допитливість, самостійність, послідовність, правила роботи в команді.

**Очікувані результати:**

- розвиток предметних компетенцій – вміння самостій-

но шукати, аналізувати, відбирати, перетворювати необхідну інформацію; виконувати обчислення, перетворення формул;

— розвиток метапредметних компетенцій – вміння працювати з довідковою літературою, вміння вчитися й оперувати знаннями, навички використання інформаційних технологій;

— розвиток особистісних компетенцій – готовність здійснювати інтелектуальний саморозвиток;

— розвиток комунікативних компетенцій – вміння працювати в групах, володіння різними ролями в колективі, вміння ставити питання, вести дискусію.

## ХІД УРОКУ

### I. Мотивуючий етап (5 хв.)

Викладач пропонує учасникам заповнити лист очікування «Челендж продуктивності».

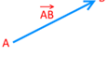


**Аркуш очікування  
«Челендж продуктивності»**

Прізвище та ім'я учня \_\_\_\_\_

Що я очікую від уроку	
Моя мета	
Що необхідно зробити для досягнення мети	
Мої пріоритети	
Що від мене очікують інші учні	

### Актуалізація опорних знань (15 хв.)











Учням пропонується поділитися на дві команди «Вектор АВ» і «Вектор б» за допомогою карток. Учні самостійно обирають капітана команди.

Команда «Вектор АВ»	Команда «Вектор АВ»	Команда «Вектор б»	Команда «Вектор б»
			
			
			
			
			

Робота в команді.

На першому етапі капітани команд по черзі обирають картку з вектором, на іншому боці якої є запитання для команди. Команда повинна дати відповідь (при цьому помічники капітана прокладають на ватмані різнокольоровими маркерами відповідний маршрут векторів).

За кожну правильну відповідь команда отримує 1 бал.


Вектор	Запитання	Очікувана відповідь
	Що називається вектором?	Вектором називається напрямлений відрізок
	Як позначається вектор?	Або однією малою латинською або двома великими латинськими буквами з символом у вигляді вектора
	Що називається довжиною вектора?	Довжиною вектора є довжина відповідного йому відрізка
	Які вектори називаються рівними?	Рівним називаються вектори, які мають однакові довжини і є співнаправленими
	Що називається сумою векторів $\vec{a}(x_1, y_1, z_1)$ і $\vec{b}(x_2, y_2, z_2)$ ?	Сумою векторів є вектор, кожна координата якого є сумою відповідних координат векторів $\vec{a}(x_1, y_1, z_1)$ і $\vec{b}(x_2, y_2, z_2)$
	Що називається добутком вектора $\vec{a}(x_1, y_1, z_1)$ на деяке число $\lambda$ ?	Добутком вектора $\vec{a}(x_1, y_1, z_1)$ на число $\lambda$ є вектор, кожна координата якого є добутком числа $\lambda$ на координати вектора $\vec{a}(x_1, y_1, z_1)$ .
	Який вектор називається нульовим?	Нульовим вектором називається вектор, початок і кінець якого співпадають, його довжина дорівнює нулю
	Які вектори називаються колінеарними?	Колінеарними називаються вектори, які лежать на одній прямій або паралельних прямих. Координати колінеарних векторів пропорційні
	Які вектори називаються компланарними?	Вектори називаються компланарними, якщо вони належать одній площині.
	Який зв'язок між рівністю векторів і їх координат?	Рівні вектори мають рівні координати

На наступному етапі командам пропонується виконати математичну вікторину (за кожну правильну відповідь команда отримує 2 бали).

#### Математична вікторина

Для команди «Вектор АВ» дано вектори –  $\vec{a}(3; 0; 4)$  та  $\vec{b}(7; 0; 2)$ . Задача команди – встановити відповідність між

завданням та відповіддю, тобто скласти пару.

Завдання	Код доступ до вікторини
	

#### Математична вікторина

Для команди «Вектор b» дано вектори –  $\vec{a}(2; -2; 0)$ ;  $\vec{b}(3; 0; -3)$ . Задача команди – встановити відповідність між завданням та відповіддю, тобто скласти пару.

Завдання	Код доступ до вікторини
	

Сприйняття й усвідомлення нового матеріалу (15 хв.)

Учням пропонується самостійно попрацювати з підручником § 14 (с. 349-352) і створити опорний конспект з теми «Кут між векторами. Скалярний добуток векторів».



Завдання для команди «Вектор АВ»			
№	Запитання	Відповідь	Приклад
1	Скалярним добутком векторів $\vec{a}(ax; ay; az)$ та $\vec{b}(bx; by; bz)$ називається		
2	Сформулюйте властивості скалярного добутку векторів		
3	Сформулюйте теорему про скалярний добуток векторів		

Завдання для команди «Вектор b»			
№	Запитання	Відповідь	Приклад
1	Скалярним квадратом вектора є...		
2	Кутом між двома ненульовими векторами називають...		
3	Сформулюйте наслідки теореми про скалярний добуток векторів		

На наступному етапі капітани команд доповідають біля дошки, відповідаючи на поставлені запитання. Викладач підводить підсумки.



Скалярний добуток векторів

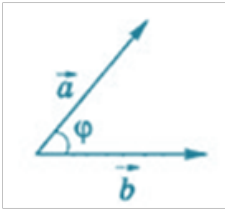
**Скалярним добутком векторів**  $\vec{a}$  (ax; ay; az) •  $\vec{b}$  (bx; by; bz) називається число (скаляр)  $\vec{a} \cdot \vec{b} = ax \cdot bx + ay \cdot by + az \cdot bz$ .

**Із означення скалярного добутку двох векторів  $\vec{a}$  і  $\vec{b}$  випливають його властивості.**

1)  $\vec{a} \cdot \vec{b} = \vec{b} \cdot \vec{a}$ .

2)  $(\vec{a} + \vec{b}) \cdot \vec{c} = \vec{a} \cdot \vec{c} + \vec{b} \cdot \vec{c}$ .

3) Скалярний добуток векторів  $\vec{a}$  і  $\vec{b}$  дорівнює добутку їх абсолютних величин на косинус кута між ними:  $\vec{a} \cdot \vec{b} = |\vec{a}| |\vec{b}| \cdot \cos \varphi$



**Наслідки із властивості 3:**

1)

$$\cos \varphi = \frac{\vec{a} \cdot \vec{b}}{|\vec{a}| \cdot |\vec{b}|}$$

2) Два відмінні від нуля вектори перпендикулярні тоді і тільки тоді, коли їх скалярний добуток дорівнює нулю.

**Розв'язування задач:**

1. Знайдіть  $\vec{a} \cdot \vec{b}$ , якщо  $\vec{a}$  (-2; 3; 1),  $\vec{b}$  (-4; -5; 2).

2. Дано вектори (2; -1; 4), (5; 3; n). При якому значенні n скалярний добуток векторів дорівнює -3?

За підручником § 14 (с. 349-352), № 14.1, 14.3, 14.7, 14.9.

**Додаткові задачі:**

1. Знайдіть  $\vec{a} \cdot \vec{b}$ , якщо  $|\vec{a}| = 5$ ,  $|\vec{b}| = 4$ , а кут між векторами дорівнює  $120^\circ$ .

2. Чи перпендикулярні вектори  $\vec{a}$  (2; 3; 6) і  $\vec{b}$  (3; 2; -1)?

3. При якому значенні m вектори  $\vec{a}$  (6; 0; 12) і  $\vec{b}$  (-8; 13; m) перпендикулярні?

4. Чи є серед векторів  $\vec{a}$  (2; 3; 1),  $\vec{b}$  (5; 9; 2), (-3; 1; 3) ортогональні вектори?

5. Який кут утворюють вектори  $\vec{a}$  (-5; 0; 0) і  $\vec{b}$  (0; 3; 0)?

6. Знайдіть кут між векторами  $\vec{a}$  (1; 1; 0) і  $\vec{b}$  (1; 0; 1).

7. Знайдіть  $\cos \angle ABC$ , якщо A(1; -3; 4), B(2; -2; 6), C(3; 1; 3).

**Пояснення домашнього завдання (2 хв.)**

§ 14 (с. 349-352), № 14.2, 14.4, 14.8, 14.12 (с. 353).

**Підведення підсумку уроку (3 хв.)**

Запитання до групи:

1. Що називається скалярним добутком векторів?

2. Сформулюйте властивості скалярного добутку векторів.

3. Яка умова ортогональності двох ненульових векторів?

**Рефлексія (5 хв.)**

Учням пропонується заповнити аркуш для самооцінки «Трекер досягнення мети»

**Аркуш для самооцінки  
«Трекер досягнення мети»**

Прізвище та ім'я учня \_\_\_\_\_

Чому я навчився на уроці \_\_\_\_\_

Моє найбільше досягнення \_\_\_\_\_

Які моменти найбільше запам'яталися \_\_\_\_\_

Які можливості я не врахував \_\_\_\_\_

Що необхідно зробити, щоб уникнути помилок \_\_\_\_\_

**Список використаних джерел**

1. Істер О.С. Математика: (алгебра і початки аналізу та геометрія, рівень стандарту): підручник для 10-го кл. (авт. Істер О.С.). – 2018.

– Режим доступу: <https://12baliv.com.ua//book/10-klas/matematyka/o-s-ister-2018/storinka-349>

2. Навчальна програма «Математика. Рівень стандарту» 10-11 клас.

– Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-dlya-10-11-klasiv>

3. Математичний словник: Математичний словник. – Режим доступу: <https://formula.co.ua/uk/math-dictionary>

**Наталія ЯЦИНІНА,**

викладач ДЗП(ПТ)О «Харківське вище професійне училище швейного виробництва і побуту»

**ВІСНИК** Реєстраційне свідоцтво  
ЖК №128  
видане 01.02.94р.  
**ПРОФОСВІТИ**

Головний редактор  
Редактор  
Літературний редактор  
Технічний редактор, верстка

Т.О.РУСЛАНОВА  
Н.Г.СОЛОГУБ  
О.І.ГОРСНКОВА  
О.В.ЯКОВЕНКО

**Адреса редакції та видавця:**

61121, м. Харків, вул. Владислава Зубенка, 37, 4 поверх,  
Науково-методичний центр професійно-технічної освіти у Харківській області  
Тел. 64-68-60

Зверстано та надруковано в лабораторії науково-методичного забезпечення та моніторингу якості НМЦ ПТО за адресою:  
61121, м.Харків, вул.Владислава Зубенка, 37  
Електронна версія газети розміщується на інформаційно-освітньому порталі «ПТО Харківської області» [ptu.org.ua](http://ptu.org.ua)

Рукописи не повертаються і не рецензуються. Відповідальність за зміст інформації несе її автор.  
Точка зору авторів матеріалів може не збігатись з позицією редакції.