

внутрішній світ, що і спостерігаємо у поезії М. Стельмаха. Поет переносить значення слів, які пов'язані з явищами світу, в площину духовних переживань, абстрактних сутностей.

На основі аналізу дитячої поезії М. Стельмаха авторка цієї розвідки дійшла висновку, що у поета переважають психологічні риси інтраверта. Він як справжній талановитий митець репрезентує дітям свою поезію у такій формі, яка їм близька і зрозуміла. Поезія М. Стельмаха слугує формуванню і збагаченню мовної картини світу дитини, розширює її світогляд, сприяє формуванню мовної і комунікативної компетенції дитини, має позитивний вплив на її психіку, готує дошкільнят та дітей молодшого шкільного віку сприймати життя таким, яким воно є, з радіщами і смутком, перемогами і труднощами, випробуваннями. Проте цей аспект творчості письменника потребує докладного вивчення у ракурсі опису специфіки відображення мовної картини світу крізь призму дитячих очей.

Джерела та література

1. Гумбольдт В. О. различии строения человеческого языка и его влияние на духовное развитие человеческого рода // Хрестоматия по истории языкознания XIX-XX в.в. - М.: Просвещение, 1956. - С 74-112.
2. Лисиченко Л. Мова: психологічний тип поета // Мовознавство: Тези та повідомлення III міжнародного конгресу україністів. - Харків: ОКО, 1996. - С.234-238.
3. Овсяннико-Куликовский Д.Н. О значении научного языкознания для психологии мысли // Овсяннико-Куликовский Д.Н. Литературно-критические работы: В 2 т. - М.: Худож. лит., 1989. - Т. 1. - С. 65-82.
4. Овсяннико-Куликовский Д.Н. Введение в ненаписанную книгу по психологии умственного творчества (научно-философского и художественного) // Овсяннико-Куликовский Д.Н. Литературно-критические работы: В 2 т. - М.: Худож. лит., 1989. - Т. 1. - С. 29-64.
5. Потебня А.А. Мысль и язык // Потебня А.А. „Слово и миф" - М.: Правда, 1989. - С. 17-200.
6. Сидяченко Н.Г. Мова Михайла Стельмаха // Мовознавство. - № 6. - 1992. - С.35-41.
7. Стельмах М. П. Твори: В 7 т. - К.: Дніпро, 1984. - Т. 7. - 647 с.
8. Франко І. Кілька слів о тім, як упорядкувати і провадити наші людські видавництва // Франко І. Збір. творів: У 50 т. -К.: Наук. думка, 1981. - Т.45. - С 167-194.

Поступила до редакції 12.08.2007 р.

УДК 070: 81'27

Сидоренко Н.М., Сидоренко О.О.

„ЖИТТЄВІ ІСТОРІЇ" - ПРОВІДНИЙ ЖАНР ЖУРНАЛІВ ДЛЯ ЖІНОК В УКРАЇНІ

Сидоренко Н. М., Сидоренко О.А. «Жизненные истории» - ведущий жанр журналов для женщин в Украине
В статье анализируются женские издания в Украине последнего десятилетия, прослеживаются жанровые особенности «жизненной истории» в различных журналах.

Ключевые слова: жанр, история, журнал для женщин

Сидоренко Н.М., Сидоренко О.О. „Життєві історії" - провідний жанр журналів для жінок в Україні
У статті аналізуються жіночі видання в Україні останнього десятиліття, простежуються жанрові особливості „життєвої історії" у різних часописах.

Ключові слова: жанр, історія, журнал для жінок

Sydorenko N.M., Sydorenko O.O. "Life stories" - leading genre in the magazines for women in Ukraine
The article analyses women's periodicals in Ukraine for the last 10 years, reveals genre particularities of "life, stories" in various magazines.

Key words: genre, story, women 's magazine

Актуальність дослідження. За останнє десятиліття український ринок періодичних видань значно зріс як за різноманіттям обкладинок, форматом, тиражем та читацькою аудиторією, так і за популярністю та конкурентністю на українському та європейському ринках. Сьогодні в Україні зареєстровано понад 23 тисячі друкованих ЗМІ та інформаційних агентств. На кожні дві тисячі українських громадян припадає одне періодичне видання (за реєстраційно-теоретичними цифровими показниками можемо змагатись із Росією, адже такої кількості видань не має жодна країна Європейського Союзу).

Нині глянцева преса в Україні здебільшого підтримується західними інвесторами, для яких медіахолдинги - передусім бізнес, а не лише традиційний засіб впливу на масову свідомість. Невипадково деякі дослідники називають вплив такої медійної багатовекторності іноземного капіталу

„економічною експансією“, подаючи аналіз подібної ситуації у Центрально-Східній Європі, знаходячи фактори „медіаколонізації“ [1]. На ринку жіночих видань у нашій державі помітне розгалуження (в якості зовнішнього оформлення та внутрішнього наповнення) на часописи „яскраві“ та „сірі“, для „еліти“ та „пересічних споживачів“, але значною мірою їх об'єднує сюжетно-жанрове втілення життєвих ситуацій, що найчастіше постають у вигляді всеохопних „історій“.

Постановка проблеми. Сучасні теоретики і практики журналістики неоднозначно вирішують питання жанрового арсеналу. Найчастіше в традиційній характеристиці жанроутворюючих факторів з'являються нові елементи, що слугують основою для появи, скажімо, таких аналітичних різновидів, як соціологічне резюме, анкета, рейтинг, прогноз, версія, сповідь, рекомендація (порада), а в низці художньо-публіцистичних жанрів - сатиричний коментар, життєва історія, легенда, анекдот, жарт, гра тощо [2]. Найчастіше саме ці жанри, за визначенням московського дослідника О. Тертичного, домінують у виданнях, спрямованих на жіночу аудиторію.

Багатьма глянцевиими українськими журналами сьогодні володіють найбільші видавничі осередки Європи: передусім німецький видавничий дім Burda (ДП «Бурда-Україна»), який налічує близько 30 найменувань, що виходять в Україні виключно російською мовою: це чоловіча, жіноча, сімейна, розважальна, комп'ютерна й інша спеціалізована преса названого концерну. Суто жіночих видань - 10, серед яких 6 зареєстровані в Україні: „Лиза“ (тираж - 220 тис. прим., виходить щотижня), „Даша“ (40 тис. прим., щотижня), „Добрые советы“ (280 тис. прим., щомісячно), „Burda“ (70 тис. прим., щомісячно), „Mini“ (100 тис. примірників, щомісячно), „Verena“ (15 тис. прим., щомісячно).

Іншим могутнім інвестором періодики в Україні виступає шведський видавничий дім Edipresse Ukraine (Едіпрес Україна), що має 19 різнотипних журналів, зареєстрованих у нашій державі. Серед них 5 журналів суто жіночого спрямування: «Единственная» (280 тис. прим., щомісячно), «Полина» (165 тис., щотижня), «Юная леди» (40 тис. прим., щомісячно), «Рукоделие» (20 тис. прим., щомісячно), «Твое здоровье» (90 тис. прим., щомісячно). До речі, українськомовне видання «Пані» створене теж за сприяння іноземного видавця Джеда Сандена.

Варто зазначити, що існують інші глянцеви журнали для жінок в Україні: „Женский журнал“, „Ева“, „Караван историй“, „Натали“, „Пані“, „ELLE“, „Cosmopolitan“, „Cosmolady“ та ін. Останнім часом активно розвиваються жіночі видання в мережі Інтернет, де можна знайти „Дарину“, „Наброски“, „LadyBoss“, „womans.in.ua“, „Roxo“, „Roxy“, „TerraWoman.com“, „devchata.net“, „womans.look.net.ua“, „Afield“, „veslo.org“ та багато інших назв. За структурою і змістом електронні жіночі ресурси схожі на друковані варіанти: розділи про моду, здоров'я, чоловіків, зіркове і світське життя, розваги, кулінарію тощо. А ще існують форуми, де кожен може вільно висловити свою думку, порадити та поспілкуватися з іншими „форумчанками“, а найголовніше - швидко отримати відповідь чи поставити питання.

До іншої ніші подібних видань слід віднести дешевші за ціною, менш яскраві за оформленням (відповідно - нижчої, аніж «Натали» чи «Ева», поліграфічною естетикою), більш „приземлені“ за тематикою часописи: «Дарина», «Радости и печали», «Моя судьба», «Успехи и поражения», «Истории из жизни», «Истории из конвертов», «Вдвоем», «Встреча плюс» та ін. Деякі з них виглядають як „близнюки“, тим паче, що й створюються одним редакційним колективом і мають одного видавця і засновника. Зрештою, самі заголовки, підзаголовки, рубрики, сюжетні перипетії, суспільні мотиви, психологічний вплив, образні засоби, моральні настанови і т.д. дуже схожі. Тиражі таких часописів не перевищують накладів глянцевих журналів, але також немалі: 181 тис. («Истории из жизни»), майже 118 тис. («Успехи и поражения»), 60 тис. («Моя судьба»), 30 тис. («Дарина»), 26 тис. («Радости и печали»). Здебільшого об'єднують ці журнали так звані „життєві історії“, власне, жіночі долі, пошук земного-неземного щастя, мрії і сльози, „успіхи й поразки“, де неодмінно має бути сподівання й віра.

Чимало читачів, як можна здогадуватися, купують журнал для ознайомлення з різноманітними історіями, деколи й новелами (з продовженням у наступних номерах): починаючи від правдивих фактів (покладених в основу напівдокументальних, напівхудожніх „історій“) і закінчуючи вигаданими (переказаними, уявними, запозиченими) оповідями. Епізоди, вчинки, ймовірні та неймовірні ситуації, колізії як документального характеру, так і авторського (часто - журналістського, літературного) домислу заповнюють сторінки жіночих видань.

В основу будь-якої „історії-сповіді“, як правило, закладено принцип „гри у реальність“, наближення до конкретно-типового факту, що справді був, міг трапитися чи може статися з будь-ким. Як приклад - девіз журналу «Успехи и поражения»: «Не пропустите! 8 историй из жизни обычных людей, таких же, как мы с вами! Захватывающие и невероятные, трагические и курьезные - такими могут быть только «истории из жизни».

Більшість „жіночих історій“ у жіночих виданнях пишеться для суто жіночої аудиторії певної вікової, соціальної, професійної тощо аудиторії (скажімо, для дівчаток-підлітків нюанси, стиль, мовні засоби, дійові персонажі, антураж і т.п. будуть іншими, аніж щемливо-романтичні розповіді з „хеппі ендом“ для тих, кому за 40) - це закономірно. Але кожна з цих історій переповідає як реальні факти з

життя авторки (найчастіше це стосується дописувачів, тих кореспондентів журналу, які позначені нібито конкретними іменами, містами, професіями), так і вигадані, „романні" епізоди, яких би сфер життя вони не стосувалися (робота, відпочинок, сфера послуг, зустрічі, лікування, мрії, радість й горе, страждання й надії). Варто зазначити, що незначна частина читачів і дописувачів - чоловіки.

Редакції деяких журналів на своїх сторінках проводять різноманітні конкурси на створення подібних „історій із життя", заохочуючи грошовими винагородами: одні тарифи діють за опублікований матеріал, інші - за фотографію. Здебільшого пишуть жінки віком 30-55 років, які прагнуть потрапити на сторінки видання та отримати якусь винагороду. Редакція журналу «Полина» просить надсилати свої історії, не обіцяючи фінансових виплат: «Дорогие читательницы! Мы ищем героинь для рубрики „Истории из жизни". Если в вашей судьбе было много трудностей, но вы с успехом их преодолели; если Его Величество Случай кардинально изменил вашу жизнь; если история вашей любви достойна сценария к фильму - пишите нам, а мы опубликуем вашу историю в нашем журнале».

Майже у кожному виданні присутня так звана сторінка „пошти": „Листи", «Напиши нам!», «Почта», «Наша почта», «Письма». «Письмо месяца», «Письма читателей», «Я к вам пишу...» та ін., де читачки надсилають у видання короткі чи детальні розповіді про захоплення матеріалами свого улюбленого видання, кумедні ситуації з життя, пригоди та ін. «Ждем от вас писем!» - закликає журнал «Міні», - критикуйте и хвалите наши материалы. Делитесь мыслями, проблемами и идеалами. Нам приятно получать ваши, письма и узнавать вас ближе...» (2007. - № 7. - С. 8). «Дорогие читательницы! Мы всегда рады вашим письмам, в которых вы делитесь своими мыслями. Приятно знать, что: «ЖЖ» стал вашим другом и советником. Мы продолжаем конкурс читательских писем. Каждый месяц письмо-победитель будет получать подарок», - повідомляє «Женский журнал» (2007. - №7,-С. 12).

За такі „життєві сюжети" передбачені подарунки від редакції журналу, передусім - косметика, парфуми, ручки, чашки, годинники, кава і чай, книги і т.д. Подібні листи пишуть зазвичай і студентки, і домогосподарки, й пенсіонерки. Журнал «Ева» влаштовує конкурс листів і разом із компанією «Джонсон і Джонсон» вітає десять авторів найцікавіших листів. Одна з кореспонденток засвідчила: «Читая страницу за страницей, я стала находить ответы на интересующие меня вопросы, а мои сомнения трансформировались в четко осознание собственной жизни... Я лучше поняла свою психологию» (2007. - № 6. - С. 12).

Рубрики „История вашей жизни", „Житейские истории", „Уникальная история", „Расскажи свою историю", навіть рекламні „історії" постійно супроводжують жіночу пресу. Це з очевидністю доводять видання з такими гаслами: „У кожної зірки своя історія" (журнал „Story"), „Реальная жизнь. Такая же, как ты!" (журнал «Полина»), „Удивляй и удивляйся!" (жіночий журнал „Diva"), „Pink" - это я!» (однойменний журнал для молоді), „Твоя лучшая подруга" („Дарина"), «Весь мир для тебя!» («Любимая»), «И Бог создал женщину!» («Ева») та ін.; налаштовують на „розпізнання" історій, відчуття „частини себе", свого „я" у мозаїці людських зустрічей, очікувань, трагедій і радощів. Ефект „душевності", „близькості", „спорідненості", взаєморозуміння - сфера чуттєвого, психологічно вразливого, що часто приваблює жінок, спонукає їх узяти в руки той чи інший журнал.

Зрозуміло, що серед „життєвих розповідей", інтерв'ю, есе про зірок переважають рубрики на зразок «История любви» (конкурс для читачок), «Между нами»; «Семейные истории», «Женские откровения», «Семья и слезы» чи «Истории из жизни читателей» (тижневик «Встреча плюс»), „Love story" і «Бесідка» (журнал „Pink"), «Твоя жизнь», «История страсти» (журнал „Diva"), «Женский клуб», «Женсовет», «Моя история», «Частная жизнь» (ежемесячник «Натали») та ін.

Так, «Женские истории» в журналі «Лиза» найчастіше мають редакційну преамбулу, наприклад: «Прожив много лет в том же доме, мы, жители мегаполисов, порой не знаем даже своих соседей по лестничной клетке» (2007. -№ 19. - С. 22-23), чи супроводжуються „роздумами на тему" кваліфікованого психолога. Останнім часом з'явився тут свій «Форум»: скажімо, Алла, 24 роки, подає свою ситуацію про „особистий досвід", а «Мнение со стороны» услід висловлюють Тамара, 24 роки; Віктор, 31 рік; Олена, 29 років; як підсумок - коментар фахівця. Часто редакція журналу спрямовує читачів у відповідне русло, спонукає до обговорення конкретних, „запланованих" темі комп'ютерна залежність, альфонси у суспільстві, стосунки матері й дочки чи сестер і т.д. Одним словом: «Если тебе есть что сказать по этому поводу, пиши нам!». Таким чином, 220 тисяч читачів і читачок «Лизы» мають шанс бути почутими, оціненими збоку, отримати співчуття чи невизнання.

«Женский журнал» подає, як правило, дві сторінки, присвячені „життєвим драмам і навіть трагедіям", намагаючись різними - історіями „надихнути багатьох жінок". Ідеться про конкурс «20 лет спустя», що супроводжується міні-тестом для учасниць: «Если вы выглядите лучше, чем много лет назад, если, узнав, сколько вам лет, люди удивляются: они полагали, что вы значительно моложе, если вы готовы рассказать о том, как удалось выполнить предыдущие условия, — напишите нам... Лучшие истории и фото будут опубликованы ... а их авторов ждут подарки...». Найвища нагорода -

можливість пройти омолоджуючу програму в отелі „Європа Фіт" (Угорщина); історія кожного номеру здобуває також серію кремів для обличчя фірми «RoC».

Журнал «Любимая» чекає влітку від своїх читачів «Отпускные истории»: «Дорогие читатели и читательницы! Присылайте ваши смешные и увлекательные истории о летнем отдыхе с фото в редакцию, и мы их опубликуем. Авторам самых интересных историй ожидает сюрприз — один из 10 наборов косметики Dr. Sante от компании «Эльфа!» (2007. - Авг.). А також нові розповіді до сторінок про домашніх улюбленців: «Дорогие читательницы! Если у вас дома живет породистая собака или кошечка, присылайте в редакцию интересные и смешные истории о них и ваши общие фотографии. Возможно, именно вы с вашим питомцем попадете на страницы следующего номера нашего журнала» (2007. - Авг.).

В рубриці „Фактор двоих» журнал «Diva» може запропонувати щось на зразок „Бермудського трикутника" - „історії старої, як світ", де є Він, Вона і його дружина, а ще сльози, безсонні ночі, взаємні докори і, звісно, кохання, що заблукало в „трьох кутах". „Гострі кути любовного трикутника" боляче ранять усіх його учасників, тому редакція запитує: „Чи є вихід? " і пропонує три історії, де дійові особи (Алла, 30 років, Ірина, 27 років, та Андрій, 31 рік) міркують про сімейні цінності, уявлення про щастя, шантаж та істерики, пропонуючи іншим дати відповідь: як жити? який вибір зробити? До своїх читачів звертається і редакція із традиційним питанням: „А що думаєш ти?". Водночас пояснює і спонукає: «Как быть героям нашей истории? Поделись своими мыслями! Присылай свои советы... Автора самого мудрого совета ждет приз - книга Натальи Толстой «Мужские измены. Война и мир» (2007. - Апр.).

Актуальні питання місяця прагне знайти редакція журналу «Mini», щоб „завести" читачів. Наприклад, у липні 2007 р.: «Стоит ли знакомить бывшего с нынешним?», отримуючи відповіді з Києва, Львова, Одеси, Харкова, Житомира, Черкас, Донецька від Мирослави, Ксенії, Лізи, Аліси, Наташі, Олени, Лариси, а також Стефана й Віктора (від 21 до 39 років). На провокуюче запитання серпня «Верите ли вы в дружбу между мужчиной и женщиной?» відповідали Поліна, Оля, Таня, Віка, Настя, Юлька, Лев, Сергій, Сава, Микола, Кирило (таким чином, 9 відповідей жінок і 5 - чоловіків).

Найчастіше „історії життя" звужуються до „історій кохання", хоча вони не мають ні чітких тематичних, ні жанрових меж. «Моя любовь - сюжет для индийского кино» (2006. - № 1), «Замуж первой вышла все-таки я!» на сторінках «Полины (2007. - № 8). Журнал «Diva» в рубриці «История страсти» може розповісти про П'єра Кардена та його кохання, а в «Секретных файлах» про вміння Хізер Маккартні „полювати за мільонерами" (2008. - № 4). Кореспонденти «Mini» в «Истории любви» пропонують сюжети з життя „творця кінозірок" Роже Вадима (2007. - Май), фрагменти романтичних стосунків популярного квартету «АВВА» (2007. - Июнь), розгадку „звички сваритися" Кім Бейсингер та Алека Болдуїна (2007. - Авг.). Це можуть бути і „зоряні історії" (рубрики «Легендарная личность», «Любимые герои», «Интервью с любимой звездой», fashion story, «Созвездие», «Мужчина месяца», «Крупный план», «Звезда», «Портрет», «Твои кумиры», «Персона», «Герой», «Лицо с обложки» та ін.).

Мало чим відрізняються тенденції творити історії на шпальтах не глянцевого видання, що вже самою назвою визначають свій стиль „міні-історій", „ретро-історій", „історій з майбутнього", „реальних історій", „суперісторій" тощо. Шаблонність сюжетів, трафаретність персонажів та образів, утаємниченість авторів, напівправа-напівхудожність притаманні оповідям із «Историй из жизни», «Историй из конвертов», «Успехов и поражений» та ін. Так, у журналі «Радости и печали» сюжети підпорядковуються рубрикам «И так бывает!», «Дела семейные», «Счастье есть!», «Мудрый совет», «Мужчина и женщина» тощо, де здебільшого всі публікації анонімні. Окрім кольорової обкладинки, в оформленні присутній хіба що червоний колір (для заголовків), тож і виходить: „чорно-білі історії", „чорно-біле" життя.

Редакція журналу «Истории из жизни» пропонує 8 ситуацій, серед яких «курьезная история», «житейская история», «драматическая история», «добрая история», «веселая история» і т.д., одним словом „складні долі, любов, інтриги, зустрічі й прощання". Справжні автори тут теж завуальовані, натомість існують позначення, що мають вказувати на документальний підтекст: «Ася Ч., 24 года; Алексей С, 28 лет; Людмила П., 50 лет; Ольга М., 29 лет.; Зоя П., 31 год; Яна Б., 25 лет» (2007. - № 13). Мало чим відрізняється стиль публікацій часопису «Успехи и поражения» (як і в попереднього журналу, тут багато спільного у реєстраційному свідоцтві та колективі: один засновник і видавець, ті ж імена директора, головного редактора, редакторів, дата видачі свідоцтва, навіть обсяг), хоча присутні три основні блоки: «Признания», «Минутка для здоровья» і «Разное». „Історіям" відведене місце в першій частині, де зустрічаються «Случай или предназначение?», «В поисках любви», «На перекрестках жизни», «Листки из дневника», «Ирония судьбы», «Дилемма», «Откровенное признание». „Серіальність" багатьох оповідей тут надто відчутна, як і перо того кореспондента, який доводить „факт життя", непересічне людське життя до журнального тексту з його фабулою, морально-психологічним висновком (часто це буває „вріз" до матеріалу, на зразок: «Ошибки бывают у всех. Но не каждый находит силы их исправлять», «Жизнь побила его в прямом смысле. И многому научила»,

«Нельзя повернуть время вспять, но можно начать все сначала»), оформленням (зокрема ілюстраціями, які взагалі не пасують до тієї чи іншої теми), „інтригуючими” заголовками («Похитительница'сердец и велосипедов», «Шопинг улучшает настроение и ...личную жизнь», «Дорогая, платишь ты!, «Умелые руки» к вашим услугам», «Обойдусь без заграницы») тощо.

Висновки. Напевно, це і є частина „творчого бізнесу” - писати „історії” (як жанр), формувати „історії” (як газету, журнал, Інтернет-версію, радіо- чи телепрограму), нагадувати кожному з нас, що ми - частина цієї „історії”, незалежно від того, чи це „життя за окремим сценарієм”, для „аудиторії в метро” чи в елітному клубі. Невипадково журнал «Mini» в передмові до публікації про ексцентричну „королеву стилю і музу дизайнерів моди” Ізабеллу Блоу написав: «Есть люди, жизнь которых является вызовом сценаристам и писателям - им такую не придумать». Звісно, ці слова можна вважати похідними від доленосно-філософського питання В. Гете: „Що можна назвати оригінального у маленької, звичайнісінької людини?” і звернутися до численних хрестоматійних роздумів над темою „маленької людини”. На жаль, численні „історії” у виданнях, зареєстрованих в Україні, з професійного погляду - невиразні, банальні, одноманітні.

Джерела та література

1. Мельничук Н. Економічна експансія на медіаринку України.
- http://www.universum.org.ua/journal/2004/meln_11.html
2. Тсргычный А. А. Жанры периодической прессы: Учебн. пособие. - М.: Аспект Пресс, 2000.

Поступила до редакції 07.07.2007р.

УДК 159.98 (048.3)

Трищук О.В.

ПСИХОЛОГІЯ РЕФЕРЕНТА: АКЦЕНТУАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ В АСПЕКТІ ПРОФЕСІЙНОЇ РЕФЕРАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Трищук О.В. Психология референта: акцентуация личности в аспекте профессиональной реферативной деятельности

В статье обобщаются результаты проведенного психологического исследования по выявлению личностных особенностей референта, мешающих или помогающих ему в работе над составлением реферативного текста.

Ключевые слова: акцентуация, характерологический тип, референт, реферативная деятельность

Трищук О. В. Психологія референта: акцентуація особистості в аспекті професійної реферативної діяльності
У статті узагальнюються результати проведеного психологічного дослідження по виявленню особистісних рис референта, які допомагають чи заважають йому в роботі над складанням короткого реферативного тексту.

Ключові слова: акцентуація, характерологічний тип, референт, реферативна діяльність

Trishchuk O. Psychology of reviewer: accentuation of personality is in the aspect of professional abstract activity
In the article the results of psychological research are summarized on the exposure of personality lines of reviewer, which help or interfere with him in the prosecution of drafting of abstract text.

Key words: accentuation, type of character, reviewer, abstract activity

На роботу референта, як і на діяльність працівника будь-якої професії, впливають зовнішні та внутрішні особистісні риси, які залежать від його психологічного стану. За соціологічними даними, успішність та якість професійної діяльності на 60% залежать від освіти та стажу роботи, а на 40% зумовлені унікальними психологічно-інтелектуальними якостями людини [9, с.16]. Оскільки особистісні характеристики суттєво впливають на ефективність та кінцеву якість роботи референта, їх дослідження є надзвичайно актуальним. Проте, незважаючи на актуальність теми, її висвітленням практично ніхто з науковців цілеспрямовано не переймався. Ще в радянські часи зафіксовано спроби дослідити психологічні особливості самого процесу реферування в працях А.І. Жолкової і Д.Ю. Теплової [3] та Т. В. Радзівської [6]. На необхідність урахування в роботі референта психічних процесів