

зразки води, яка піддавалася таким діям, як: музика, зображення, електромагнітне випромінювання від телевізора, думки однієї людини і групи людей, молитви, надруковані і вимовлені слова. Потім зразки води розглядали в мікроскоп при збільшенні в 200–500 разів і робили знімки найбільш характерних кристалів. За роки роботи Масару Емото зробив більше 10 000 фотографій, деякі з них опубліковані в його книгах «The Messages from Water» 1, 2 і «Water knows the answer».

Офіційне наукове співтовариство не погоджується з теорією пам'яті води, але багато вчених підтримують її. Серед них нобелівські лауреати Люк Монтаньє і Брайан Джозефсон. У 1999 році журнал «Times» повідомив, що людині, яка зможе довести ефект існування пам'яті води, Фонд Джеймса Ренді виплатить премію у розмірі 1 мільйона доларів США. Поки ці гроші ніхто не отримав.

**Ельфаріаті Аїша, Марокко**

**НТУ «ХП»**

## **ЕТНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТУДЕНТІВ З КРАЇН ПІВНІЧНОЇ АФРИКИ**

В Північній Африці розташовано 6 незалежних країн – Марокко, Алжир, Туніс, Мавританія, Лівія та Єгипет. Цей регіон відомий під назвою «Магриб» або «земля, де заходить сонце».

Зараз в українських вишах навчаються багато студентів з цього регіону. Пояснюється це тим, що можливість отримати вищу освіту, наприклад, в Марокко, мають лише 10% бажаючих. Тому молоді люди шукають можливості навчатися в інших країнах, зокрема, в Україні. Інша причина – це доступна ціна за навчання. Звісно, африканські студенти відрізняються від інших іноземних студентів. Тому викладачі мають певні проблеми у роботі з таким контингентом. З одного боку – це добре підготовлені молоді люди. А з

іншого – це ті, хто не готові виконувати вимоги навчальної програми та мають певні проблеми з дисципліною. Представники країн Північної Африки демонструють високу емоційну збудженість, експансивність, коли треба відстоювати власну честь і гідність. При цьому вони життєрадісні та веселі люди. Відрізняються спостережливістю і привітністю. Але безтурботність та легковажність породжують чимало труднощів в житті та навчанні. В Марокко найбільш розповсюджений вигук «Іншалла!» означає «На все воля Аллаха!». Тому ментальність марокканців пов'язана з цією філософією. Краще просто чекати, що буде, ніж спробувати зробити щось самому.

В цілому, студенти з Африки миролюбні, допитливі, легко йдуть на контакт, не приховують своїх почуттів до співрозмовника.

**Йокозава Шізума, Японія**

**НТУ «ХП»**

## **КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Ідея фірмового стилю належить П. Бернесу. На початку 20 століття він працював з рекламно-графічною продукцією електротехнічного концерну AEG і розробив концепцію індивідуального оформлення компанії в єдиному стилі. Логотип, візитка, конверт, папка, наклейка, поліграфія та рекламні макети, сувенірна продукція, таблички і покажчики, ділова документація, уніформа і оформлення автомобіля, рекламно-інформаційні матеріали, оформлення фасадів та будівель – це все частина корпоративного стилю організації.

Брендбук – це документ, у якому записані правила використання корпоративної символіки компанії. Брендбук – це імідж організації/компанії. Серйозна організація обов'язково використовує корпоративний стиль у всьому, бо візуальні комунікації повинні бути витримані в єдиному стилі. Люди впізнають серйозні організації і кампанії за їх відомими логотипами. Мета логотипу – не просто привернути увагу, але і запам'ятатися. Успішний