

НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ,
присвячена 100-річчю
з дня народження
Ю. Л. КУРАКА

СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КЛІНІЧНОЇ МЕДИЦИНИ

для здобувачів освіти
другого (магістерського) рівня

25–26 квітня 2024 року

Тези доповідей



ОДЕСЬКИЙ
МЕДУНІВЕРСИТЕТ



НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ,
присвячена 100-річчю
з дня народження
Ю. Л. КУРАКА



СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КЛІНІЧНОЇ МЕДИЦИНИ

для здобувачів освіти
другого (магістерського) рівня

25–26 квітня 2024 року

Тези доповідей



ОДЕСЬКИЙ
МЕДУНІВЕРСИТЕТ

УДК 06.091.5:061.3:61-057.875
С91

Головний редактор:

ректор, академік НАМН України,
професор Валерій ЗАПОРОЖАН

Заступниця голови:

науковий керівник Ради СНТ та ТМВ
професор Ольга ЮШКОВСЬКА

Редакційна рада:

професор Валерія МАРІЧЕРЕДА,
професор Світлана КОТЮЖИНСЬКА
доцент Олена ФЛОНЕНКО,
доцент Антон ШАНИГІН

Сучасні теоретичні та практичні аспекти клінічної медицини
С91 для здобувачів освіти другого (магістерського) рівня [Електронне ви-
дання] : наук.-практ. конф. з міжнар. участю, присвячена 95-річчю
з дня народження Ю. Л. Курака. Одеса, 25–26 квітня 2024 року :
тези доп. — Одеса : ОНМедУ, 2024. — 108 с.

ISBN 978-966-443-132-0

У тезах доповідей міжнародної науково-практичної конференції здо-
бувачів другого (магістерського) рівня освіти, присвяченої 100-річчю з
дня народження професора Ю. Л. Курака, наведено матеріали учасників
зібрання, а також іменний покажчик доповідачів.

УДК 06.091.5:061.3:61-057.875

прогресивного розвитку медицини. Тяглість традицій у здобутті професії лікаря допомагає усвідомлювати себе як фахівця.

Дослідження іміджевих характеристик лікаря у різних історико-культурних етапах розвитку України з урахуванням етнопсихології, менталітету, релігійно-філософських поглядів дасть корисну інформацію для вдалого конструювання свого образу і здобувачам, і фахівцям.

ІМІДЖ ПАЦІЄНТА У МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ

Доценко В. В.

*Науковий керівник — к. і. н.,
доц. Уварова О. О.*

*Одеський національний медичний університет,
м. Одеса, Україна*

Процес лікування проходить за участі медичного працівника і пацієнта. І, якщо образ лікаря в літературі, телебаченні, Інтернеті та в суспільстві є загальновідомим, то імідж іншого учасника — пацієнта — є маловивченим. Пацієнти медичних закладів — різні люди з різними історіями, характерами та реакціями на хворобу та лікування. Вони можуть бути активними учасниками власного одужання, проявляючи мужність та силу духу, а можуть «йти за лікарем», довіряючи йому, або впадати у депресії, дізнавшись діагноз.

Враховуючи, що у засобах масової інформації медична тематика останніми роками стала популярною, актуальним видалось дослідити образ пацієнта. Проаналізувавши телевізійні продукти та меми, можна зробити висновок, що імідж пацієнта у масовій культурі відіграє одну з ключових ролей. Цей образ можна часто побачити в кіно, телевізійних шоу, рекламі, соцмережах. Загальний імідж пацієнта, який стикається з невизначеністю діагнозу, почуттям безпорадності, невпевненістю у результаті лікування часто символізує безсилля, вразливість, надмірне занепокоєння. У масовій культурі цей образ часто використовують для створення сюжетів, які рухаються від драматичних сцен до успішного одужання. Вони можуть підкреслювати значення співпраці з медичним персоналом, підтримки родини та важливості позитивного ставлення до процесу лікування. Популяризація такого іміджу може сприяти розумінню та підтримці пацієнтів у реальному житті, допоможе визнати складність медичного процесу та важливість емоційного настрою пацієнтів. Проте зустрічається негативний образ пацієнта у багатьох серіалах та мемах, коли пацієнта презентують у поганому, безглуздому вигляді. Така модель поведінки формує неправильне розуміння відносин «лікар-пацієнт». Виважена комунікація лікаря з пацієнтом є невід'ємною частиною процесу лікування та необхідною складовою іміджу медичного пра-

цівника. Отже, вплив іміджу пацієнта в масовій культурі може мати як позитивні, так і негативні наслідки у суспільстві.

ФУНКЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ В МЕДИЦИНІ

Шаповалова А. Л.

*Науковий керівник — к. політ. н.,
доц. Кулачинський М. М.*

*Одеський національний медичний університет,
м. Одеса, Україна*

Соціальна реклама є частиною нашого життя та весь час нас супроводжує. Ми можемо навіть цього не помічати, але воно так і є. Соціальна реклама — це спосіб донести до більшої частини людей інформацію про проблеми, котрі нас супроводжують весь час. Це можуть бути різні захворювання чи правила поведінки при певних обставинах.

Функція соціальної реклами зробити суспільство більш обізнаним, наприклад, ми часто можемо побачити рекламу, де розповідають про симптоми туберкульозу. Або правила поведінки при пандемії COVID-19, щоб зберегти як себе, так і оточуючих та запобігти подальшому розвитку захворювання.

Соціальна реклама повинна бути креативною, щоб вона залишилась у пам'яті людини одразу. Наприклад, реклама раку молочної залози на прикладі лимону, це креативно та незвичайно, тому суспільство побачивши дану рекламу запам'ятає її. І у майбутньому, якщо зіштовхнеться з певними симптомами зможе одразу запідозрити неладне.

Соціальна реклама має нести в собі найважливішу інформацію!

Чим більше буде корисної соціальної реклами, тим більш обізнаним буде суспільство, тим швидше людство зможе попередити та контролювати різні хвороби, тим самим знизити кількість захворювань та смертність

СЛОВОВІРНІ ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Ільченко А. А.

*Науковий керівник —
ст. викл. Самойленко Т. О.*

*Одеський національний медичний університет,
м. Одеса, Україна*

Дослідження закономірностей словотворення в латинській мові, зокрема в медичній термінології, потребує розуміння шляхів утворення нових лексичних одиниць. Важливим інструментом у практиці перекладу є морфемний аналіз, висвітлення структурних та дериваційних особливостей медичних термінів. З огляду на вищезазначене, вважаємо за потрібне система-

Пальченко Д. Д. 79
 Пастухов О. О. 10, 31, 32
 Пелехович Є. Є. 27, 53
 Пеліван К. С. 56
 Первак М. П. 31, 32
 Перелигіна Є. В. 61
 Перепелиця А. В. 88
 Перчик А. О. 22, 56
 Пирогова А. С. 77
 Плетньов В. В. 32
 Плохотнюк В. П. 65
 Пойченко І. О. 36
 Полухович О. І. 83
 Полякова Р. Г. 74
 Приболовець К. О. 31, 32

 Разінкін О. С. 85
 Рашкова А. М. 41
 Ревурко А. П. 49
 Рибалка Д. О. 49
 Руденко О. В. 60
 Руських О. О. 54
 Рябенька О. Д. 30, 32

 Сабат А. А. 30
 Сабрам М. В. 35
 Самофалов А. 67
 Свідерська О. Г. 6, 52
 Слободян М. О. 100
 Сльота Д. В. 86
 Соболева Ю. С. 63
 Сорока С. 47
 Сорока С. Д. 64
 Столяр А. В. 100
 Стоянова Д. Д. 25

 Стронська А. С. 37
 Сусллова О. І. 64, 100
 Сухенко А. К. 44

 Талабко Ю. О. 83
 Таран М. С. 57
 Тіпа Є. О. 76
 Ткаченко О. Т. 32
 Тодорова А. А. 13
 Тодорова О. І. 38
 Туфкєчі А. В. 26

 Флуд О. М. 34

 Хаджи І. І. 90
 Ходос О. С. 53

 Чабан Є. М. 43
 Черненко А. О. 40
 Чистякова В. Р. 76
 Чуприна І. О. 54

 Шаповалова А. Л. 11, 29
 Шарафаненко Р. Р. 39
 Шимчій Д. А. 23
 Шкіндер К. А. 101
 Шнайдер К. С. 82

 Щєглов І. А. 30, 31

 Яловчук Е. Ю. 52
 Яременко А. В. 9

 Анееқ Akhtar Buch 92

 Hiraji Rime 96

 Huliieva V. 97
 Kolotvina L. I. 91
 Korkhova A. S. 95
 Kovpak A. V. 93

 Laribi Mariem 97
 Levchenko O. 93
 Loienko N. 97

 Maslii I. 93
 Meshmash Hind 98
 Mezahdia Younes 91
 Mohd Adnan Azhar 96
 Monika Malgorzata Bialoszycka 81
 Nabeel Mukri Kizhakkevalappil 96
 Myakishev Oleg 94

 Perchuk A. O. 91
 Pustova N. 97

 Rotar Oleksandr 93

 Sara Ashshak 98
 Sheeza Khan 95

 Volkonsky V. O. 92

 Zaffer Ali 94
 Ziti Badr 99